

WEEKEND



Stara tvornica duhana Rovinj

- |  |   |
|--|---|
| 1 Akreditacijski ured / Accreditation Office | 7 Dvorana Vikend / Weekend Stage                    |
| 2 #Refined Lounge / #Refined Lounge          | 8 Dvorana Radionica / Workshop Stage                |
| 3 Pepermint klub / Pepermint Club            | 9 Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage |
| 4 Dvorana Vrt / Garden Stage                 | 10 Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage           |
| 5 PRESS Centar / PRESS Center                | 11 Dvorana Vikendica / Summer House Stage           |
| 6 Vikend Radni Prostor / Weekend Work Space  | 12 Franck Weekend Lounge / Franck Weekend Lounge    |

ULAZ / ENTRANCE



T...

# WEEKEND ZA NOVE TEHNOLOGIJE

ŽIVJETI ZAJEDNO



A SADA... NA STRUJU KROZ CIJELU HRVATSKU!

# eLen: HEP-ove punionice za električna vozila





Dostupno u Müller  
prodavaonicama



capsules

# Ako je espresso, onda je Franck.

Otkrijte svu punoću raskošne arome Superiore, Stretto i Classic Franck espressa uz novi, vrhunski aparat sa sustavom kapsula.



*Život je ljepši s toplom šalicom u ruci*

[capsules.franck.eu](http://capsules.franck.eu)

RASPORED  
SCHEDULE



DVORANA VIKEND	DVORANA VIKENDICA	DVORANA PRODUŽENI VIKEND
<b>10.00 - 11.00</b> <b>American Dream Inc.</b> Shawn Pecos Costner (Roc Nation Sports, SAD)  MODERATOR: <b>Pete Radovich</b> (CBS, SAD)	<b>10.00 - 11.00</b> <b>Dosta je PR-a, vrijeme je za Odnose s javnošću</b> Violeta Colić (Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri, Hrvatska) Aleksandra Kolarić (HUOJ, Hrvatska) Krešimir Macan (Manigura, Hrvatska) Anika Mamić (IMC, Hrvatska) Božo Skoko (Sveučilište u Zagrebu / Millenium promocija, Hrvatska) Dejan Verčić (Sveučilište u Ljubljani, Slovenija) MODERATOR: <b>Ana Tkalac Verčić</b> (EFZ, Hrvatska) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>FOX</b></div>	<b>10.00 - 11.00</b> <b>TV in an Era of Digital Revolution</b> Christian Brent (FOX Networks Group, Velika Britanija)  MODERATOR: <b>Nevena Rendeli</b> (HRT, Hrvatska) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>FOX</b></div>
<b>11.00 - 11.15</b> <b>COFFEE BREAK</b>		
<b>11.15 - 12.15</b> <b>Produciraj ovo</b> Nikola Ivanov (L'Oreal, Adria-Balkan Region) Henning Tewes (RTL, Hrvatska) Gabriella Vidus (RTL Hungary, Madarska) Ivan Vlatković (PINK Media Group, Srbija) MODERATOR: <b>Božidar Abramović</b> (HURA / Omnicom Media Group, Hrvatska)	<b>11.15 - 12.15</b> <b>Obrazovanje i budućnost</b> Predrag Grubić (Adris Grupa, Hrvatska) Boris Jokić (Institut za društvena istraživanja u Zagrebu / bivši voditelj Cjelovite kurikularne reforme, Hrvatska) Korado Korlević (Zvezdarnica Višnjani, Hrvatska) Josip Tica (Ekonomski fakultet Zagreb, Hrvatska) MODERATOR: <b>Mislav Togonal</b> (HRT, Hrvatska)	<b>11.15 - 12.15</b> <b>Sticker Your Brand and Let the People Talk</b> Daniela Ivanova (Viber, CEE)  MODERATOR: <b>Iva Šulentić</b> (Hrvatska) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>Viber</b></div>
<b>12.15 - 12.30</b> <b>COFFEE BREAK</b>		
<b>12.30 - 14.00</b> <b>Kuda ide televizija?</b> Manja Grčić (Antenna Group, Srbija i Crna Gora) Marijan Jurenc (Planet TV, Slovenija) Dražen Mavrić (Nova TV, Hrvatska) Boris Trupčević (Styria Media Group, Hrvatska)  MODERATOR: <b>Antonija Mandić</b> (Soundset radijska mreža, Hrvatska)	<b>12.30 - 14.00</b> <b>Programmatic Advertising: Pregled trendova i kako mediji mogu profitirati od programmatica?</b> Sanja Buterin (Dentsu Aegis Network, Hrvatska) Saša Leben (Publicis One, Slovenija & Hrvatska) Ana Marković (Adria Media Group, Srbija) Christopher Sima (United Internet Media Austria, Austrija) MODERATOR: <b>Diana Dumanić</b> (RedView Media, Hrvatska) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>Redview MEDIA</b></div>	<b>12.30 - 14.00</b> <b>Radio Reinvented!</b> Predrag Anđelković (S media team, Srbija) Dario Antunović (Narodni radio, Hrvatska) Adis Kadrić (IRSG group, BiH) Paul Sylvester (Absolute Radio, Velika Britanija) Nejc Tisu (Infonet Media Group, Slovenija)  MODERATOR: <b>Silvija Londero</b> (Media servis, Hrvatska)
<b>14.00 - 15.30</b> <b>Lunch Break</b>		
<b>15.30 - 16.30</b> <b>balcannes Export Report</b> Luka Abrus (Five, Hrvatska/SAD) Davor Bruketa (HURA, Hrvatska) Sašo Dimitrijević (Pristop, Slovenija) Srđan Šaper (I&F McCann Grupa, Srbija)  MODERATOR: <b>Nikola Vrdoljak</b> (404, Hrvatska)	<b>15.30 - 16.30</b> <b>New Media and Social Movements – How the Internet Has Changed Popular Mobilizing</b> Srđa Popović (Srbija) MODERATOR: <b>Nevena Rendeli</b> (HRT, Hrvatska)	<b>15.30 - 16.30</b> <b>Noćni život 2.0</b> Pero Di Reda Peppe (The Tube - Lasta - Brankow - Mladost - Sloboda, Srbija) Zvezdan Simić Zeds (Sladica, Slovenija)  MODERATOR: <b>Tomo Ricov</b> (Pepermint, Hrvatska)
<b>16.30 - 16.45</b> <b>COFFEE BREAK</b>		
<b>16.45 - 17.00</b>  <b>Indoor kreativac</b> Dvorana Vrt  MODERATOR: <b>Iva Šulentić</b> (Hrvatska) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>B1 PLAKATI</b></div>	<b>16.45 - 17.45</b> <b>Crno na bijelo</b> Ratko Femić (Kurir, Srbija) Dražen Klarić (Večernji list, Hrvatska) Senka Kurt (Dnevni avaz, BiH) Goran Ogurtić (Jutarnji list, Hrvatska) MODERATOR: <b>Mislav Bago</b> (Nova TV, Hrvatska)	<b>16.45 - 17.45</b> <b>Brzi i žestoki - Gaming industrija u regiji</b> Nikola Čavić (Nordeus, Srbija) Damir Đurović (Reboot, Hrvatska) Alan Sumina (Nanobit, Hrvatska) MODERATOR: <b>Antonija Mandić</b> (Soundset radijska mreža, Hrvatska)
<b>16.45 - 18.45</b> <b>balcannes predstavljanje 25 najboljih projekata</b>  MODERATOR: <b>Iva Šulentić</b> (Hrvatska)	<b>18.00 - 19.00</b> <b>Koliko morate biti šašavi da pokrenete VR projekt?</b> Vitomir Jevremović (Digital Mind, Srbija) Voljena Daničić (Direct Media, Srbija) MODERATOR: <b>Ida Prester</b> (Hrvatska / Srbija) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>directmedia</b></div>	
<b>20.00 - 21.40</b> <b>dvorana Vikendica presents film Afterparty PROJEKCIJA FILMA</b>		

WEEKEND STAGE	SUMMER HOUSE STAGE	EXTENDED WEEKEND STAGE
<b>10 am - 11 am</b> <b>American Dream Inc.</b> Shawn Pecos Costner (Roc Nation Sports, USA)  MODERATOR: <b>Pete Radovich</b> (CBS, USA)	<b>10 am - 11 am</b> <b>Enough of PR, It's Time for Public Relations</b> Violeta Colić (Communications Office Colić, Laco and Partners, Croatia) Aleksandra Kolarić (CPRA - Croatian Public Relations Association, Croatia) Krešimir Macan (Manigura, Croatia) Anika Mamić (IMC, Croatia) Božo Skoko (University of Zagreb / Millenium promocija, Croatia) Dejan Verčić (University of Ljubljana, Slovenia) MODERATOR: <b>Ana Tkalac Verčić</b> (EFZ, Croatia) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>FOX</b></div>	<b>10 am - 11 am</b> <b>TV in an Era of Digital Revolution</b> Christian Brent (FOX Networks Group, UK)  MODERATOR: <b>Nevena Rendeli</b> (HRT, Croatia) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>FOX</b></div>
<b>11 am - 11.15 am</b> <b>COFFEE BREAK</b>		
<b>11.15 am - 12.15 pm</b> <b>Produce This</b> Nikola Ivanov (L'Oreal, Adria-Balkan Region) Henning Tewes (RTL, Croatia) Gabriella Vidus (RTL Hungary, Hungary) Ivan Vlatković (PINK Media Group, Serbia) MODERATOR: <b>Božidar Abramović</b> (HURA / Omnicom Media Group, Croatia)	<b>11.15 am - 12.15 pm</b> <b>The Future of Education</b> Predrag Grubić (Adris Grupa, Croatia) Boris Jokić (Institute for Social Research in Zagreb, Research Associate / former project leader of the Complete Curricular Reform, Croatia) Korado Korlević (Visnjani Observatory, Croatia) Josip Tica (Faculty of Economics & Business, University of Zagreb, Croatia) MODERATOR: <b>Mislav Togonal</b> (HRT, Croatia)	<b>11.15 am - 12.15 pm</b> <b>Sticker Your Brand and Let the People Talk</b> Daniela Ivanova (Viber, CEE)  MODERATOR: <b>Iva Šulentić</b> (Croatia) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>Viber</b></div>
<b>12.15 pm - 12.30 pm</b> <b>COFFEE BREAK</b>		
<b>12.30 pm - 2 pm</b> <b>Where Is TV Headed?</b> Manja Grčić (Antenna Group, Srbija and Montenegro) Marijan Jurenc (Planet TV, Slovenija) Dražen Mavrić (Nova TV, Croatia) Boris Trupčević (Styria Media Group, Croatia)  MODERATOR: <b>Antonija Mandić</b> (Soundset radijska mreža, Croatia)	<b>12.30 pm - 2 pm</b> <b>Programmatic Advertising: Trends Overview and How Can Media Profit from It?</b> Sanja Buterin (Dentsu Aegis Network, Croatia) Saša Leben (Publicis One, Slovenia & Croatia) Ana Marković (Adria Media Group, Serbia) Christopher Sima (United Internet Media Austria, Austrija) MODERATOR: <b>Diana Dumanić</b> (RedView Media, Croatia) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>Redview MEDIA</b></div>	<b>12.30 pm - 2 pm</b> <b>Radio Reinvented!</b> Predrag Anđelković (S media team, Serbia) Dario Antunović (Narodni radio, Croatia) Adis Kadrić (IRSG group, BiH) Paul Sylvester (Absolute Radio, UK) Nejc Tisu (Infonet Media Group, Slovenia)  MODERATOR: <b>Silvija Londero</b> (Media servis, Croatia)
<b>2 pm - 3.30 pm</b> <b>Lunch Break</b>		
<b>3.30 pm - 4.30 pm</b> <b>balcannes Export Report</b> Luka Abrus (Five, Croatia / SAD) Davor Bruketa (HURA, Croatia) Sašo Dimitrijević (Pristop, Slovenia) Srđan Šaper (I&F McCann Group, Serbia)  MODERATOR: <b>Nikola Vrdoljak</b> (404, Croatia)	<b>3.30 pm - 4.30 pm</b> <b>New Media and Social Movements – How the Internet Has Changed Popular Mobilizing</b> Srđa Popović (Serbia) MODERATOR: <b>Nevena Rendeli</b> (HRT, Croatia)	<b>3.30 pm - 4.30 pm</b> <b>Nightlife 2.0</b> Pero Di Reda Peppe (The Tube - Lasta - Brankow - Mladost - Sloboda, Serbia) Zvezdan Simić Zeds (Sladica, Slovenia)  MODERATOR: <b>Tomo Ricov</b> (Pepermint, Croatia)
<b>4.30 pm - 4.45 pm</b> <b>COFFEE BREAK</b>		
<b>4.45 pm - 5 pm</b>  <b>Indoor Creative</b> Garden Stage  MODERATOR: <b>Iva Šulentić</b> (Croatia) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>B1 PLAKATI</b></div>	<b>4.45 pm - 5.45 pm</b> <b>Black on White</b> Ratko Femić (Kurir, Serbia) Dražen Klarić (Večernji list, Croatia) Senka Kurt (Dnevni avaz, BiH) Goran Ogurtić (Jutarnji list, Croatia) MODERATOR: <b>Mislav Bago</b> (Nova TV, Croatia)	<b>4.45 pm - 5.45 pm</b> <b>Fast and Furious – The Regional Gaming Industry</b> Nikola Čavić (Nordeus, Serbia) Damir Đurović (Reboot, Croatia) Alan Sumina (Nanobit, Croatia) MODERATOR: <b>Antonija Mandić</b> (Soundset radijska mreža, Croatia)
<b>4.45 pm - 6.45 pm</b> <b>balcannes Presenting Top 25 Projects of the Year</b>  MODERATOR: <b>Iva Šulentić</b> (Croatia)	<b>6 pm - 7 pm</b> <b>How Crazy Do You Have to Be to Start a VR Project?</b> Vitomir Jevremović (Digital Mind, Serbia) Voljena Daničić (Direct Media, Serbia) MODERATOR: <b>Ida Prester</b> (Croatia / Serbia) <div style="text-align: right;">POWERED BY <b>directmedia</b></div>	
<b>8 pm - 9.40 pm</b> <b>Summer House Stage</b> <b>presents film Afterparty FILM PROJECTION</b>		



## DVORANA LABORATORIJ

10.00 - 11.00

## Best of Regional Neuro-Marketing Cases by Valicon

Zenel Batagelj (Valicon, Slovenija) / Ismir Omeragić (Valicon, BiH)  
Moderator: **Ida Prester** (Hrvatska / Srbija)

11.00 - 11.15

COFFEE BREAK

11.15 - 12.15

## Uloga javne diplomacije u brendiranju država – Case Study: YammatFM Goes Copenhagen

Tomislav Gugo (Velesposlanstvo Kraljevine Danske, Hrvatska)  
Moderator: **Alen Balen** (Yammat FM, Hrvatska)

POWERED BY



12.15 - 12.30

COFFEE BREAK

12.30 - 13.30

## Service Design – Kako dizajnirati korisničko iskustvo?

Marzia Aricó (Livework, Nizozemska)  
Luka Baranović (Hrvatski Telekom, Hrvatska)  
Moderator: **Tamas Lengyel** (Deutsche Telekom, Njemačka)

13.30 - 15.30

LUNCH BREAK

15.30 - 16.30

## Blockchain – ubojica birokracije

Nikola Jokić (Krypto Investment Partners, Hrvatska)  
Milovan Pasini (Krypto Investment Partners, Hrvatska)  
Moderator: **Ida Prester** (Hrvatska / Srbija)

16.30 - 16.45

COFFEE BREAK

16.45 - 17.45

## Influence or Die

Romano Bolković (Jabuka TV, Hrvatska)  
Saša Cvetojević (Insako, Hrvatska)  
Nikica Gabrić (Klinika Svjetlost, Hrvatska)  
Berislav Jelinić (National News Corporation, Hrvatska)  
Moderator: **Mario Petrović** (Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment, Hrvatska)

POWERED BY



## DVORANA RADIONICA

10.00 - 11.00

## Formula za pitch - Kako prezentirati svoju ideju?

**Peter Hopwood** (Hopwood Communications, Velika Britanija)

11.00 - 11.15

COFFEE BREAK

11.15 - 12.15

## Megatrendovi koji tresu gradove u kojima živimo i zašto bi nam trebalo biti stalo

**Slavica Habjanović** (HASSELL, Kina i Hong Kong)

12.15 - 12.30

COFFEE BREAK

12.30 - 13.30

## PREZENTACIJA: Inovativnost i tehnologija u turizmu

**Belizar Zečić** (Btravel, Hrvatska)

13.30 - 15.30

LUNCH BREAK

15.30 - 16.30

## PREZENTACIJA: Gen X Today – My Life, My Way

**John Conlon** (Viacom International Media Networks, Velika Britanija)

16.30 - 16.45

COFFEE BREAK

16.45 - 17.45

## Kako osigurati kvalitetan brand engagement u mobilnom oglašavanju?

**Marin Barbić** (RedView Media, Hrvatska)  
**Diana Dumanić** (RedView Media, Hrvatska)

## LABORATORY STAGE

10 am - 11 am

## Best of Regional Neuro-Marketing Cases by Valicon

Zenel Batagelj (Valicon, Slovenija) / Ismir Omeragić (Valicon, BiH)  
Moderator: **Ida Prester** (Croatia / Serbia)

11 am - 11.15 am

COFFEE BREAK

11.15 am - 12.15 pm

## The Role of Public Diplomacy in Country Branding – Case Study: YammatFM Goes Copenhagen

Tomislav Gugo (Embassy of Denmark Zagreb, Croatia)  
Moderator: **Alen Balen** (Yammat FM, Croatia)

POWERED BY



12.15 pm - 12.30 pm

COFFEE BREAK

12.30 pm - 1.30 pm

## Service Design – How to Design User Experience?

Marzia Aricó (Livework, Netherlands)  
Luka Baranović (Croatian Telecom, Croatia)  
Moderator: **Tamas Lengyel** (Deutsche Telekom, Germany)

1.30 pm - 3.30 pm

LUNCH BREAK

3.30 pm - 4.30 pm

## Blockchain – The Bureaucracy Killer

Nikola Jokić (Krypto Investment Partners, Croatia)  
Milovan Pasini (Krypto Investment Partners, Croatia)  
Moderator: **Ida Prester** (Croatia / Serbia)

4.30 pm - 4.45 pm

COFFEE BREAK

4.45 pm - 5.45 pm

## Influence or Die

Romano Bolković (Jabuka TV, Croatia)  
Saša Cvetojević (Insako, Croatia)  
Nikica Gabrić (Klinika Svjetlost, Croatia)  
Berislav Jelinić (National News Corporation, Croatia)  
Moderator: **Mario Petrović** (Edward Bernays College for Communication Management, Croatia)

POWERED BY



## WORKSHOP STAGE

10 am - 11 am

## Pitch Sauce - How to Present Your Idea?

**Peter Hopwood** (Hopwood Communications, UK)

11 am - 11.15 am

COFFEE BREAK

11.15 am - 12.15 pm

## Megatrends Shaking the Cities We Live in and Why We Should Care

**Slavica Habjanović** (HASSELL, China and Hong Kong)

12.15 pm - 12.30 pm

COFFEE BREAK

12.30 pm - 1.30 pm

## PRESENTATION: Innovation and New Technologies in Tourism

**Belizar Zečić** (Btravel, Croatia)

1.30 pm - 3.30 pm

LUNCH BREAK

3.30 pm - 4.30 pm

## PRESENTATION: Gen X Today – My Life, My Way

**John Conlon** (Viacom International Media Networks, UK)

4.30 pm - 4.45 pm

COFFEE BREAK

4.45 pm - 5.45 pm

## Best Practice Brand Engagement in Mobile Advertising

**Marin Barbić** (RedView Media, Croatia)  
**Diana Dumanić** (RedView Media, Croatia)

## VIKEND RADNI PROSTOR

11.15 - 12.15

## Hrvatski Telekom kao startup akcelerator

**Bojan Mušćet** (Hrvatski Telekom, Hrvatska) / **Dragan Petric** (Bug, Hrvatska)

POWERED BY



12.30 - 13.30

## Nova era marketinga: kako možemo biti uspješniji na poslu zahvaljujući tehnologiji?

**Ana Šipušić Pteše** (SAP, Hrvatska)

POWERED BY



15.30 - 16.30

## Nakon deadlinea - Priče s terena

**Ivana Dragičević** (N1 Televizija, Hrvatska) / **Hrvoje Krešić** (RTL, Hrvatska) / **Dragan Nikolić** (HRT, Hrvatska) / **Adriana Piteša** (Profil, Hrvatska)

POWERED BY



## WEEKEND WORK SPACE

11.15 am - 12.15 pm

## Croatian Telecom as a Start up Accelerator

**Bojan Mušćet** (Croatian Telecom, Croatia) / **Dragan Petric** (Bug, Croatia)

POWERED BY



12.30 pm - 1.30 pm

## The New Era of Marketing: How Can Technology Make You More Successful in Your Job?

**Ana Šipušić Pteše** (SAP, Croatia)

POWERED BY



3.30 pm - 4.30 pm

## Post Deadline – Stories from the Field

**Ivana Dragičević** (N1 Televizija, Croatia) / **Hrvoje Krešić** (RTL, Croatia) / **Dragan Nikolić** (HRT, Croatia) / **Adriana Piteša** (Profil, Croatia)

POWERED BY





DVORANA VIKEND	DVORANA VIKENDICA	DVORANA PRODUŽENI VIKEND
09.00 - 10.00		
<b>Energetski koktel</b> POWERED BY		
10.00 - 11.00	10.00 - 11.00	10.00 - 11.00
<b>Retail - najbrže rastuće tržište</b> Valentin Bufolin (Lidl, Slovenija) Viktorija Radojević (Mercator, Slovenija) Dubravka Štefanac Vinovrški (dm-drogerie markt, Hrvatska) Vedran Vereš (Universal McCann, Hrvatska) MODERATOR: Marijana Novak (Pro media group, Hrvatska)	<b>FUTURE TRENDS: Humans Deserve Better - Roadmap to a Future - Ready City</b> Gary Whitehill (SAD) SUPPORTED BY	<b>Na zahtjev</b> Sanja Božić Ljubičić (Pickbox, Mediatranslations i Mediavision, Hrvatska) Richard John Brešković (Hrvatski Telekom, Hrvatska) Bojana Matović (Telekom Srbija, Srbija) Tomislav Vinčeković (Blitz film i video distribucija, Hrvatska) MODERATOR: Bojan Mušćet (Hrvatski Telekom, Hrvatska)
11.00 - 11.15  COFFEE BREAK		
11.15 - 12.15	11.15 - 12.15	11.15 - 12.15
<b>ONE ON ONE</b> Davor Tomašković (Hrvatski Telekom, Hrvatska) MODERATOR: Zoran Šprajc (RTL, Hrvatska)	<b>Globalni brendovi</b> John Brady (British American Tobacco, Adria Cluster - Hrvatska, BiH & Slovenija) Martina Čurić (Schneider, Dubai) Roberto Giugliano (Heineken Hrvatska, Hrvatska) Vesna Vlahović - Dašić (The Coca-Cola Company, Adria & Bugarska) MODERATOR: Olivera Perković (McCann Beograd, Srbija)	<b>A Great Place to Work</b> Zrinka Lovrenčić (Great Place to Work Australia, Australija) MODERATOR: Nevena Rendeli (HRT, Hrvatska)
12.15 - 12.30  COFFEE BREAK		
12.30 - 14.00	12.30 - 14.00	12.30 - 14.00
<b>Povratak u budućnost</b> Lara Borna Brkljač (10, Hrvatska) Anastasija Čurić (13, Srbija) Jan Aleksandar Dimitrievski (14, Slovenija) Milan Inić (Yasserstain, Srbija) Milica Pajčin Leni (Yasserstain, Srbija) Nika Vlačović (12, Hrvatska) MODERATOR: Branimir Brkljač (Terra Panonica, Srbija)	<b>SoMo Borac</b> MODERATOR: Iva Šulentić (Hrvatska) POWERED BY	<b>Native Advertising - To Be or Not to Be, That Is the Question</b> Kamilo Antolović (K&K, Hrvatska) Branka Bajt (Hrvatski Telekom, Hrvatska) Ivan Brezak Brkan (Netokracija, Hrvatska) Ivica Žigić (HEP, Hrvatska) MODERATOR: Gordana Galović (404, Hrvatska)
14.00 - 15.30 Lunch Break		
15.30 - 16.30	15.30 - 16.30	15.30 - 16.30
<b>Millennials preuzimaju svijet!</b> Ivan Janičić Westerveen (Publicis One, Srbija) Nataša Mohorč Kejžar (Ipsos, Slovenija) Katarina Pribičević (McCann Beograd, Srbija) Marija Matić (Direct Media, Srbija) MODERATOR: Iva Šulentić (Hrvatska) POWERED BY	<b>Digitalni kaos</b> Žarko Dimitrioski (Eden na Eden marketing agency, Makedonija) Saša Lošić Loša (BiH) Ida Prester (Hrvatska/Srbija) MODERATOR: Daniel Bilić (Yammat FM, Hrvatska)	<b>Politički savjetnici ili lobisti: pogled u profesionalnu globalnu industriju</b> Peter-Carlo Lehrell (Fijra Global Network, Belgija) Morten Rud Pedersen (Rud Pedersen Public Affairs, Švedska) MODERATOR: Natko Vlahović (Vlahovic Group, Hrvatska) POWERED BY
16.30 - 16.45  COFFEE BREAK		
16.45 - 17.45	16.45 - 17.45	16.45 - 17.45
<b>Gola istina iz Švedske</b> Magnus Emilson (NA-KD.COM, Švedska) Jarno Vanhatapio (NA-KD.COM, Švedska) MODERATOR: Nevena Rendeli (HRT, Hrvatska)	<b>Klin: gotovo savršeno oglašavanje - ili kako kreirati uspješne poruke u svijetu lakog ignoriranja</b> Lazar Džamić (ex - Google ZOO, EMEA) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija)	<b>Media Intelligence i top autori - Kako organizacija vidi vijest koju novinar napiše</b> Dodjela nagrade Media Net - Nagrada za najboljeg i najpopularnijeg novinara Magdalena Horánska (MCA Grupa, Adriatic Region) MODERATOR: Iva Šulentić (Hrvatska) POWERED BY

WEEKEND STAGE	SUMMER HOUSE STAGE	EXTENDED WEEKEND STAGE
09 am - 10 am		
<b>Energy Cocktail</b> POWERED BY		
10 am - 11 am	10 am - 11 am	10 am - 11 am
<b>Retail - The Fastest Growing Market</b> Valentin Bufolin (Lidl, Slovenia) Viktorija Radojević (Mercator, Slovenia) Dubravka Štefanac Vinovrški (dm-drogerie markt, Croatia) Vedran Vereš (Universal McCann, Croatia) MODERATOR: Marijana Novak (Pro media group, Croatia)	<b>FUTURE TRENDS: Humans Deserve Better - Roadmap to a Future - Ready City</b> Gary Whitehill (SAD) SUPPORTED BY	<b>On Demand</b> Sanja Božić Ljubičić (Pickbox, Mediatranslations and Mediavision, Croatia) Richard John Brešković (Croatian Telecom, Croatia) Bojana Matović (Telekom Srbija, Serbia) Tomislav Vinčeković (Blitz film i video distribucija, Croatia) MODERATOR: Bojan Mušćet (Croatian Telecom, Croatia)
11 am - 11.15 am  COFFEE BREAK		
11.15 am - 12.15 pm	11.15 am - 12.15 pm	11.15 am - 12.15 pm
<b>ONE ON ONE</b> Davor Tomašković (Croatian Telecom, Croatia) MODERATOR: Zoran Šprajc (RTL, Croatia)	<b>Global Brands</b> John Brady (British American Tobacco, Adria Cluster - Croatia, BiH & Slovenia) Martina Čurić (Schneider, Dubai) Roberto Giugliano (Heineken Hrvatska, Croatia) Vesna Vlahović - Dašić (The Coca-Cola Company, Adria & Bugarska) MODERATOR: Olivera Perković (McCann Beograd, Serbia)	<b>A Great Place to Work</b> Zrinka Lovrenčić (Great Place to Work Australia, Australia) MODERATOR: Nevena Rendeli (HRT, Croatia)
12.15 pm - 12.30 pm  COFFEE BREAK		
12.30 pm - 2 pm	12.30 pm - 2 pm	12.30 pm - 2 pm
<b>Back to the Future</b> Lara Borna Brkljač (10, Croatia) Anastasija Čurić (13, Serbia) Jan Aleksandar Dimitrievski (14, Slovenia) Milan Inić (Yasserstain, Serbia) Milica Pajčin Leni (Yasserstain, Serbia) Nika Vlačović (12, Croatia) MODERATOR: Branimir Brkljač (Terra Panonica, Serbia)	<b>SoMo Borac</b> MODERATOR: Iva Šulentić (Croatia) POWERED BY	<b>Native Advertising - To Be or Not to Be, That Is the Question</b> Kamilo Antolović (K&K, Croatia) Branka Bajt (Croatian Telecom, Croatia) Ivan Brezak Brkan (Netokracija, Croatia) Ivica Žigić (HEP, Croatia) MODERATOR: Gordana Galović (404, Croatia)
2 pm - 3.30 pm Lunch Break		
3.30 pm - 4.30 pm	3.30 pm - 4.30 pm	3.30 pm - 4.30 pm
<b>Millennials Taking Over the World!</b> Ivan Janičić Westerveen (Publicis One, Serbia) Nataša Mohorč Kejžar (Ipsos, Slovenia) Katarina Pribičević (McCann Beograd, Serbia) Marija Matić (Direct Media, Serbia) MODERATOR: Iva Šulentić (Croatia) POWERED BY	<b>Digital Chaos</b> Žarko Dimitrioski (Eden na Eden marketing agency, Macedonia) Saša Lošić Loša (BiH) Ida Prester (Croatia / Serbia) MODERATOR: Daniel Bilić (Yammat FM, Croatia)	<b>Political Advisors or Lobbyists: A Look into the Professional Global Industry</b> Peter-Carlo Lehrell (Fijra Global Network, Belgium) Morten Rud Pedersen (Rud Pedersen Public Affairs, Sweden) MODERATOR: Natko Vlahović (Vlahovic Group, Croatia) POWERED BY
4.30 pm - 4.45 pm  COFFEE BREAK		
4.45 pm - 5.45 pm	4.45 pm - 5.45 pm	4.45 pm - 5.45 pm
<b>Naked Truth from Sweden</b> Magnus Emilson (NA-KD.COM, Sweden) Jarno Vanhatapio (NA-KD.COM, Sweden) MODERATOR: Nevena Rendeli (HRT, Croatia)	<b>Klin: Almost Completely Perfect Advertising - Or, How to Create Successful Messages in the World of Light Ignoring</b> Lazar Džamić (ex - Google ZOO, EMEA) MODERATOR: Ida Prester (Croatia / Serbia)	<b>Media Intelligence and Top Authors - How an Organization Sees the News Written by Journalists</b> Media Net Awards Ceremony - Awards for Best and Most Popular Journalist Magdalena Horánska (MCA Grupa, Adriatic Region) MODERATOR: Iva Šulentić (Croatia) POWERED BY



## DVORANA LABORATORIJ

10.00 - 11.00	<b>Talking Turkey: Experiencing and Managing Media in a 'Subcontinent'</b> A View from the Huge Turkish Market (and Beyond Its Borders) Aleksandar Medjedović (DEIK, Turska, Njemačka) Moderator: Nevena Rendeli (HRT, Hrvatska)
11.00 - 11.15	COFFEE BREAK
11.15 - 12.15	<b>Twenty-Three Minutes</b> Jeremy Abbott (Google, Njemačka) Moderator: Iva Šulentić (Hrvatska)
12.15 - 12.30	COFFEE BREAK
12.30 - 14.00	<b>Glave prosto lete koliko je misao slobodna - Satira u medijima</b> Zoran Kesić (TV B92, Srbija) Dragoljub Draža Petrović (Danas, Srbija) Srđan Puhalo (BiH), Borna Sor (News bar, Hrvatska) Josip Pejaković (BiH), Domagoj Zovak (News bar, Hrvatska) Moderator: Tihomir Ladišić (Adria News, Hrvatska)
13.30 - 15.30	LUNCH BREAK
15.30 - 16.30	<b>Budućnost je sada</b> Krešimir Madunović (Iskon Internet, Hrvatska) Sonja Popović (SAP, Hrvatska) Vladimir Sabo (HEP, Hrvatska) Anđelka Strajher (Megatrend poslovna rješenja, Hrvatska) Moderator: Tanja Ivančić (Večernji list, Hrvatska)
16.30 - 16.45	COFFEE BREAK
16.45 - 17.45	<b>Unleashing Creative Potentials</b> Goran Vlašić (Ekonomski fakultet Zagreb / Institut za inovacije, Hrvatska)

## DVORANA RADIONICA

10.00 - 11.00	<b>Big Bang of Digital Analytics</b> Iva Obrovac (404, Hrvatska)
11.00 - 11.15	COFFEE BREAK
11.15 - 12.15	<b>I Didn't Sign up for This Shit - Kako slati dobre newslettere?</b> Luka Frljužec (M+ Agency, Hrvatska) Jelena Viljevac (M+ Agency, Hrvatska)
12.15 - 12.30	COFFEE BREAK
12.30 - 13.30	<b>Brzi servis copyja</b> Dodite na besplatnu zamjenu izlizanih tekstova i kreativnog ulja Nenad Vukušić (Copyraonica - web writing workshop, Hrvatska) Nebojša Grbačić (Copyraonica - web writing workshop, Hrvatska)
13.30 - 15.30	LUNCH BREAK
15.30 - 17.30	<b>IBM Design Thinking</b> Milivoj Obradović (Megatrend poslovna rješenja, Hrvatska) Ana Veir (IBM Hrvatska, Hrvatska)

## LABORATORY STAGE

10 am - 11 am	<b>Talking Turkey: Experiencing and Managing Media in a 'Subcontinent'</b> A View from the Huge Turkish Market (and Beyond Its Borders) Aleksandar Medjedović (DEIK, Turkey / Germany) Moderator: Nevena Rendeli (HRT, Croatia)
11 am - 11.15 am	COFFEE BREAK
11.15 am - 12.15 pm	<b>Twenty-Three Minutes</b> Jeremy Abbott (Google, Germany) Moderator: Iva Šulentić (Croatia)
12.15 pm - 12.30 pm	COFFEE BREAK
12.30 pm - 2 pm	<b>Heads Are Literally Rolling From Free Thoughts - Satire in the Media</b> Zoran Kesić (TV B92, Serbia) Dragoljub Draža Petrović (Danas, Serbia) Srđan Puhalo (BiH), Borna Sor (News bar, Croatia) Josip Pejaković (BiH), Domagoj Zovak (News bar, Croatia) Moderator: Tihomir Ladišić (Adria News, Croatia)
1.30 pm - 3.30 pm	LUNCH BREAK
3.30 pm - 4.30 pm	<b>The Future Is Now</b> Krešimir Madunović (Iskon Internet, Croatia) Sonja Popović (SAP, Croatia) Vladimir Sabo (HEP, Croatia) Anđelka Strajher (Megatrend poslovna rješenja, Croatia) Moderator: Tanja Ivančić (Večernji list, Croatia)
4.30 pm - 4.45 pm	COFFEE BREAK
4.45 pm - 5.45 pm	<b>Unleashing Creative Potentials</b> Goran Vlašić (Faculty of Economics and Business - University of Zagreb / Innovation Institute, Croatia)

## WORKSHOP STAGE

10 am - 11 am	<b>Big Bang of Digital Analytics</b> Iva Obrovac (404, Croatia)
11 am - 11.15 am	COFFEE BREAK
11.15 am - 12.15 pm	<b>I Didn't Sign up for This Shit - How to Send Good Newsletters?</b> Luka Frljužec (M+ Agency, Croatia) Jelena Viljevac (M+ Agency, Croatia)
12.15 pm - 12.30 pm	COFFEE BREAK
12.30 pm - 1.30 pm	<b>Quick Copy Repair</b> Come for a Free Change of Tired Texts and Creative Oils Nenad Vukušić (Copyraonica - web writing workshop, Croatia) Nebojša Grbačić (Copyraonica - web writing workshop, Croatia)
1.30 pm - 3.30 pm	LUNCH BREAK
3.30 pm - 5.30 pm	<b>IBM Design Thinking</b> Milivoj Obradović (Megatrend poslovna rješenja, Croatia) Ana Veir (IBM Hrvatska, Croatia)

## VIKEND RADNI PROSTOR

11.15 - 12.15	<b>SnapUp 2.0</b> Moderator: Iva Soldo (Bamboo Lab, Hrvatska)
12.30 - 13.30	<b>WhatsUpCroatia je vaš sljedeći najbolji poslovni alat za marketing</b> Kristijan Milan Lopac (WhatsUp Croatia, Hrvatska) / Silvano Gospodarić (WhatsUp Croatia, Hrvatska)
15.30 - 16.00	<b>Makedonija - Digitalna iskustva iz zemlje vječnog sunca</b> Darko Buldioski (NewMediaMK / AllWeb - Digital Marketing Conference, Makedonija)
16.00 - 16.30	<b>Iskustvo Crne Gore - Kako raditi velike projekte na malom tržištu</b> Tarik Zaimović (Build Studio, Crna Gora)

## WEEKEND WORK SPACE

11.15 am - 12.15 pm	<b>SnapUp 2.0</b> Moderator: Iva Soldo (Bamboo Lab, Croatia)
12.30 pm - 1.30 pm	<b>WhatsUpCroatia Is Your Next Best Business Tool for Marketing</b> Kristijan Milan Lopac (WhatsUp Croatia, Croatia) / Silvano Gospodarić (WhatsUp Croatia, Croatia)
3.30 pm - 4 pm	<b>Macedonia - Digital Experiences From the Land of Eternal Sunshine</b> Darko Buldioski (NewMediaMK / AllWeb - Digital Marketing Conference, Macedonia)
4 pm - 4.30 pm	<b>The Montenegro Experience - How to Make Big Projects in a Small Market</b> Tarik Zaimović (Build Studio, Montenegro)



**150 YEARS.  
AND COUNTING.**

WHATEVER YOU'RE CELEBRATING, CELEBRATE RESPONSIBLY.



**Jägermeister**

# LJETNO KINO

**JÄGERMEISTER**  
presents  
**Somewhere Over The Region**

**23:00h**  
**SUBOTA**  
**24. RUJNA**



**VEĆI FOKUS NA POSLU.  
VIŠE VREMENA VAN POSLA.**



**RED BULL DAJE TI KRIILA.**



GOVORNICI  
SPEAKERS



## Shawn Pecos Costner

Roc Nation Sports, Senior Management Executive (SAD)  
Roc Nation Sports, Senior Management Executive (USA)

### MODERATOR:



**Pete Radovich**

Pete Radovich, CBS, redatelj i producent (SAD)  
Pete Radovich, CBS, Director and Producer (USA)

Shawn "Pecas" Costner pravi je predstavnik Bronxa i New Yorka i insider američkog show businessa. 18 godina radio je kao potpredsjednik legendarne diskografske kuće Def Jam s kojom je proživio nevjerojatan rast njujorškog hip hopa od kvarta do svjetskog glazbenog fenomena. Među onima s kojima je surađivao nalaze se Rihanna, Ne-Yo, The Dream, Young Jeezy, Rick Ross, Pusha T, Nas, Ludacris, Big Sean i mnogi drugi. Danas Shawn vodi jednu od najznačajnijih agencija za talente u sportu gdje je agent top igračima profesionalnih liga u SAD-u.

Shawn "Pecas" Costner represents the true Bronx and New York and he is a true insider of American show business. For 18 years he worked as Vice President of the legendary Def Jam record label with which he experienced the incredible growth of New York hip hop from the five boroughs to a global music phenomenon. He has worked with Rihanna, Ne-Yo, The Dream, Young Jeezy, Rick Ross, Pusha T, Nas, Ludacris, Big Sean and many others. Today, Shawn is running one of the most major sports talent agencies where he manages top players of US professional leagues.

### PREDAVANJE // LECTURE

## American Dream Inc.

Shawn Pecos Costner živi američki san. Rođen je u Bronxu, u doba dok je New York kretao prema počecima hip hopa i on je, baš kao ostatak njegovih susjeda iz ovog kvarta, morao sve izgraditi sam. Isključivo svojim radom, trudom i borbom došao je do vrhunaca američkog show businessa. Prvu karijeru Shawn je ostvario u glazbi gdje je kao najbliži suradnik Jay Z-ja sudjelovao u rastu njujorškog hip hopa od lokalnih kvartova do svjetske slave. Suradivao je sa svim zvijezdama hip hopa, čijem rođenju je i svjedočio. Nakon godina glazbe Jay Z i Shawn odlučuju ući u svijet sporta i osnivaju agenciju za talente kojom osvajaju NBA, NFL i ostale američke sportske lige. Danas Shawn razvija karijeru mnogim zvijezdama u najjačim američkim ligama, a među njima se možda nađe i netko s naših prostora. Kako je izgledao život u Bronxu? Je li "The Get Down" vjerno ispričao priču Bronxa? Kako američki hip hop vidi insider? Što vole, a što ne vole NBA košarkaši? Kakav je Jay Z, a kakva Beyonce? Sve to otkrit ćemo u razgovoru 1 na 1!

## American Dream Inc.

Shawn "Pecas" Costner is living the American dream. He was born in the Bronx, back in the time when New York was experiencing the birth of hip hop! Just like the rest of his neighbours, he had to make everything happen by himself. By relying on his own work and effort he came all the way to the top of American showbiz. Shawn's first career was in the music business, where he was Jay Z's closest associate and watched the growth of New York hip hop from local hoods to global fame. He worked with various hip hop stars, and witnessed the creation of many of them. After years of music, Jay Z and Shawn decided to enter the world of sports by founding a talent agency which took over the NBA, NFL and other American sports leagues. Today, Shawn is developing careers for many stars in the biggest American leagues, maybe even some from this region. What did life look like in the Bronx? Did "The Get Down" tell the Bronx tale right? What are an insider's views on American hip hop? What do NBA players like, and what don't they like? What are Jay Z and Beyonce like? All will be revealed in a 1 on 1 talk!

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DOSTA JE PR-A... / ENOUGH OF PR... // Više na str. 38 / More on page 38  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // TV IN AN ERA OF DIGITAL... / TV IN AN ERA OF DIGITAL... // Više na str. 19 / More on page 19  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BEST OF REGIONAL... / BEST OF REGIONAL... // Više na str. 74 / More on page 74  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // FORMULA ZA PITCH / PITCH SAUCE // Više na str. 64 / More on page 64



## Christian Brent

FOX Networks Group, SVP Global Research & Audience Strategy (Velika Britanija)  
FOX Networks Group, SVP Global Research & Audience Strategy (UK)

### MODERATOR:



**Nevena Rendeli**  
Hrvatska radiotelevizija (HRT), urednica i novinarka (Hrvatska)  
Croatian Radiotelevision (HRT), Editor and Reporter Strategy (UK)



Christian je u FNG-u više od tri godine, trenutno na poziciji starijeg potpredsjednika globalnog istraživanja i strategije publike. U toj ulozi, kreiranoj 2014. godine, Christian koordinira sva istraživanja o gledateljima za FOX Networks Group u svim trima međunarodnim regijama kompanije: Europi i Africi, Južnoj Americi te Aziji i Pacifiku. Christianov posao uključuje gledanost televizijskog programa, digitalnu analitiku i agencijske projekte uvida, gdje radi s komercijalnim i uredničkim timovima unutar svih brendova kanala FOX, FOX Sports i National Geographic. U kompaniji je od 2013. godine kada se priključio FNG-u kao potpredsjednik Istraživanja tržišta i strategije za Europu i Afriku. Christian Brent je stariji izvršni direktor s velikim iskustvom u područjima analize publike, istraživanja i marketinške strategije. Ima iskustva u menadžerskim ulogama u mnogim međunarodnim kompanijama u Ujedinjenom Kraljevstvu te u SAD-u. Prije dolaska u FIC 2013. godine proveo je sedam godina u BBC Worldwide gdje je vodio istraživanja i strategiju za BBC-jeve međunarodne kanale. Prije toga je u Miamiju radio kao voditelj istraživanja za Walt Disney Television za Južnu Ameriku, a neko je vrijeme živio i u Hong Kongu. Christian posjeduje titulu MBA s odličjem iz sveučilišta Warwick Business School u Ujedinjenom Kraljevstvu i China Europe International Business School u Šangaju u Kini.

Christian has been with FNG for more than three years, and is currently SVP of Global Research & Audience Strategy. In this role, created in June 2014, he coordinates all audience research for FOX Networks Group across the company's three international regions: Europe & Africa, Latin America, and Asia Pacific. Christian's remit includes TV ratings, digital analytics and agency insight projects, where he works with commercial and editorial teams across all FOX, FOX Sports and National Geographic brands. In the company from 2013, he joined FNG as VP Audience Research & Strategy for Europe and Africa.

Christian Brent is a senior executive with extensive experience in audience analysis, research and marketing strategy. He has worked in management roles at numerous multinational companies both in the UK and the US. Before joining FIC in 2013, he spent seven years at BBC Worldwide, where he headed up the research and strategy unit for BBC's international channels business. Prior to that, Christian was Head of Research for Walt Disney Television, Latin America, based in Miami. Christian has also lived and worked in Hong Kong. Christian holds a MBA with distinction from Warwick Business School in UK and from China Europe International Business School in Shanghai, China.

### PREDAVANJE // LECTURE

## TV in an Era of Digital Revolution

Prezentacija će otkriti kako ljudi konzumiraju televizijski sadržaj u odnosu na neke nove digitalne trendove. Usto će otkriti i kako se velike korporacije kao što je FOX Networks Group prilagođavaju tim novim zahtjevima tržišta u kontekstu sadržaja odnosno formata, marketinga i oglašivačke strategije.

## TV in an Era of Digital Revolution

The presentation will uncover how people consume television content compared to some new digital trends. It will also show how large corporations such as FOX Networks Group, adjust to new market demands when it comes to context, or more respectively - format, marketing and advertising strategy.

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // AMERICAN DREAM INC. / AMERICAN DREAM INC. // Više na str. 18 / More on page 18  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DOSTA JE PR-A... / ENOUGH OF PR... // Više na str. 38 / More on page 38  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BEST OF REGIONAL... / BEST OF REGIONAL... // Više na str. 74 / More on page 74  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // FORMULA ZA PITCH / PITCH SAUCE // Više na str. 64 / More on page 64



## Daniela Ivanova

Viber, Partnerships Manager CEE (CEE)  
Viber, Partnerships Manager CEE (CEE)



### MODERATOR:



Iva Šulentić

televizijska i radijska voditeljica  
Television and Radio Presenter

Daniela Ivanova je menadžerica za razvoj poslovanja s velikim iskustvom u startupima i tech industriji. Daniela je diplomirala s počastima na Haškom sveučilištu 2012. godine, gdje je studirala Međunarodnu ekonomiju i menadžment. Dvije godine kasnije specijalizirala se u digitalnim strategijama za marketing na New York University u SAD-u. Kao mlada profesionalka sudjelovala je u raznim projektima o inovaciji u digitalnom prostoru, a posljednji projekt je bio u Južnoj Koreji 2012. godine pod nazivom Novi mediji u mladoj kulturi. Prije dolaska u Viber Daniela je tri godine radila kao menadžerica marketinga za SoundCloudove globalne operacije u Berlinu. Pod dojmom startup zajednica i poduzetničkog duha Daniela se vratila u Bugarsku kako bi podržala razvoj lokalnih firmi.

Daniela Ivanova is a Business Development Professional with heavy experience in start-up and tech industries. Daniela graduated with honours from The Hague University in 2012, with a degree in International Business and Management. Two years later she specialised in Digital Strategies for Marketing at New York University in the USA. As a young professional, she participated in various projects about innovation in the digital space, the last one in South Korea in 2012: New Media in Youth Culture. Before joining Viber, Daniela worked for 3 years as a Marketing Manager for SoundCloud's global operations in Berlin. Heavily influenced by the start up community and entrepreneurial spirit, Daniela returned to Bulgaria to support the development of local businesses.

### PREDAVANJE // LECTURE

## Sticker Your Brand and Let the People Talk

Kako ljudi provode sve više vremena na mobilnim uređajima, brendovi i tvrtke se bore kako bi pronašli svoje mjesto u komunikacijskom prostoru budućnosti. U međuvremenu se komunikacijske tehnologije razvijaju u svakom trenutku kako bi olakšale i zabavile ljude snagom bogatih medija. Komunikacijske aplikacije preuzimaju osobne komunikacije, omogućujući ljudima da dijele novu generaciju brendiranog sadržaja s prijateljima, rodbinom i poslovnim kontaktima širom svijeta.

## Sticker Your Brand and Let the People Talk

As people spend more time on mobile devices, brands and businesses struggle to find their place in the communication realm of the future. Meanwhile, communication technologies are evolving every minute to facilitate and entertain people's every-day lives with the power of rich media. Messaging apps are now taking over personal communication, allowing people to share the new generation of branded content with friends, relatives and business contacts across the globe.

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // PRODUKIRAJ OVO / PRODUCE THIS // Više na str. 39 / More on page 39  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // OBRAZOVANJE I BUDUĆNOST / THE FUTURE OF EDUCATION // Više na str. 40 / More on page 40  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // ULOGA JAVNE DIPLOMACIJE / THE ROLE OF PUBLIC DIPLOMACY // Više na str. 21 / More on page 21  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MEGATRENDOVI... / MEGATRENDS... // Više na str. 65 / More on page 65  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // HRVATSKI TELEKOM... / CROATIAN TELEKOM... // Više na str. 75 / More on page 75



## Tomislav Gugo

Veleposlanstvo Kraljevine Danske, savjetnik za javnu diplomaciju i komunikacije (Hrvatska)  
Embassy of Denmark Zagreb, Advisor for Public diplomacy and communication (Croatia)

### POWERED BY



### MODERATOR:



Alen Balen

Yammat FM, direktor programa (Hrvatska)  
Yammat FM, Program Director (Croatia)

Tomislav Gugo zaposlen je posljednjih osam godina u danskom veleposlanstvu u Zagrebu. Radi u odjelu javne diplomacije i komunikacija gdje, osim implementacije javnodiplomatskih politika, radi i na osmišljavanju strategija i načina brendiranja Danske u jugoistočnoj Europi. 2013. godine radio je u Kopenhagenu u radnoj skupini koja je izrađivala novu dansku globalnu strategiju za javnu diplomaciju. Također je bio voditelj projekta redefiniranja i novog pristupa internacionalnog press centra u danskoj prijestolnici. Prije karijere u danskom veleposlanstvu radio je kao copywriter u Digitelu, a prije toga kao video novinar i urednik na Hrvatskoj radioteleviziji. Diplomirao je na Fakultetu političkih znanosti 2007. godine s fokusom na televizijsko novinarstvo i odnose s javnošću. 2015. godine završava specijalistički poslijediplomski studij odnosa s javnošću na istom fakultetu. Glavni predmet istraživanja mu je javna diplomacija i suvremeno brendiranje država.

Tomislav Gugo is employed at the Embassy of Denmark in Croatia for the past 8 years. He works in the Public Diplomacy and Communications department where besides the implementation of public policies he also works on creating strategies and new ways of branding Denmark in South Eastern Europe. In 2013 he worked in Copenhagen in a group that created the new global Danish strategy for public diplomacy. He was also the project leader for redefining and creating a new approach for the international press centre in the Danish capitol. Before his career at the Embassy of Denmark he worked as a copywriter in Digitel, and before that as a video journalist and editor on Croatian Radiotelevision. He graduated from the Faculty of Political Science in 2007 with a major in TV journalism and Public Relations. In 2015 he received his Post-graduate Specialist Public Relations degree at the same faculty. His main research was on public diplomacy and modern state branding.

### PREDAVANJE // LECTURE

## Uloga javne diplomacije u brendiranju država – Case Study: YammatFM Goes Copenhagen

Mogu li se države prodati „kupcima“ poput praška za rublje? Koliko vrijedi snaga državnog, nacionalnog brenda? Kako probuditi uspavanog diva (javnost) bez pompozni ministarskih ili kraljevskih posjeta? Što je to javna diplomacija i tko su to „javni diplomati“? Tomislav Gugo predstavlja modernu javnu diplomaciju i objašnjava kako diplomacija iz posla poslovično obavijenog velom tajnosti ulazi u eru otvorenog diskursa služeći se metodama odnosa s javnošću i marketinga. Alen Balen, vlasnik Yammat FM-a, pridružuje se prezentaciji jedinstvenog projekta u hrvatskom eteru, koji se odigrao u svibnju ove godine: Yammat FM goes Copenhagen ili kako proći pola kontinenta i s dalekog sjevera izvještavati svoju vjernu publiku.

## The Role of Public Diplomacy in Country Branding – Case Study: YammatFM Goes Copenhagen

Can states sell themselves to “buyers” just like laundry detergent? What is the value of a state, a national brand? How to awaken the sleeping giant (public) without pompous ministerial or royal visits? What is public diplomacy and who are “public diplomats”? Tomislav Gugo will present a new, modern public diplomacy and explain how diplomacy – proverbially covered in a veil of secrecy – is entering an era of open discourse by using Public Relations and Marketing methods. Alen Balen (owner of Yammat FM) will join the presentation of a unique project in Croatian airwaves which took place this May. Yammat FM goes Copenhagen or how to go through half of a continent and report to your faithful public from the far North.

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // PRODUKIRAJ OVO / PRODUCE THIS // Više na str. 39 / More on page 39  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // OBRAZOVANJE I BUDUĆNOST / FUTURE OF EDUCATION // Više na str. 40 / More on page 40  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // STICKER YOUR BRAND... / STICKER YOUR BRAND... // Više na str. 20 / More on page 20  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MEGATRENDOVI... / MEGATRENDS... // Više na str. 65 / More on page 65  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // HRVATSKI TELEKOM... / CROATIAN TELEKOM... // Više na str. 75 / More on page 75



## Srđa Popović

CANVAS – Center for Applied Nonviolent Actions and Strategies, osnivač i izvršni direktor (Srbija)  
CANVAS – Center for Applied Nonviolent Actions and Strategies, Founder and Executive Director (Serbia)

### MODERATOR:



**Nevena Rendeli**  
Hrvatska radiotelevizija (HRT), urednica i novinarka (Hrvatska)  
Croatian Radiotelevision (HRT), Editor and Reporter (Croatia)

Srđa Popović je osnivač i izvršni direktor neprofitne organizacije CANVAS – Center for Applied Nonviolent Actions and Strategies. Organizacija je locirana u Beogradu i teži učenju nenasilja u cilju stvaranja promjena. Rođen je 1973. godine u Srbiji (tada dio Jugoslavije), a odrastao je u Beogradu. Svirao je gitaru u rock bendu te magistrirao životinjsku ekologiju na beogradskom Biološkom fakultetu. Od svojih ranih dvadesetih godina se fokusira na aktivizam, demokraciju i ljudska prava. 1998. godine je osnovao studentski pokret Otpor! koji je igrao presudnu ulogu u svrgavanju tadašnjeg predsjednika Slobodana Miloševića, srpskog diktatora optuženog za ratne zločine. Nakon što je Milošević 2000. poražen, Popović je izabran u Narodnu skupštinu Republike Srbije, gdje je služio do 2004. godine. Nakon karijere u Narodnoj skupštini Popović je razvio CANVAS te je sve do danas izvršni direktor te organizacije. CANVAS je stvoren s namjerom podučavanja ljudi cijelog svijeta kako biti uspješan u nenasilnom sukobu. Organizacija je radila s aktivistima iz preko 46 zemalja te je znanje nenasilnih strategija i taktika Otpor!-a širila cijelim svijetom. Osim što je 2012. godine bio nominiran za Nobelovu nagradu, Popović je 2011. u časopisu Foreign Policy naveden kao jedan od Top 100 Svjetskih mislilaca. 2014. godine je na Svjetskom ekonomskom forumu u Davosu dobio titulu Young Global Leader. Popović je i autor nedavno objavljene knjige 'Mustra za revoluciju'.

Srđa Popović is the founder and executive director of the Center for Applied Nonviolent Actions and Strategies (CANVAS), a non-profit organization based in Belgrade, Serbia that aims to teach the use of nonviolence to make a change. Born in 1973 in Serbia (then a part of Yugoslavia), he was raised in Belgrade where he played the guitar in a rock band and also graduated from the Belgrade faculty of Biology, with an MA in animal ecology. Since his early 20s, his focus has been on activism, democracy and human rights issues. In 1998, he founded the student movement "Otpor!" ("Resistance!") which had a crucial role in ousting president Slobodan Milošević, the Serbian dictator accused of war crimes. After Milošević was defeated in 2000, Popović was elected to the Serbian Parliament where he served from 2000 until 2004. Following his career in the Serbian parliament, Popović went on to develop CANVAS, which he has been the executive director of ever since. CANVAS was created with the intent of teaching people all over the world how to be successful in nonviolent conflict. The organization has worked with activists from 46 different countries, spreading knowledge of nonviolent strategies and tactics used by Otpor! Worldwide. Apart from being nominated for the Nobel Peace Prize in 2012, Popović has been listed as one of the "Top 100 Global Thinkers" of 2011 by the Foreign Policy Magazine. In 2014 he was listed as a "Young Global Leader" by the World Economic Forum in Davos. Popović is also the author of the recent book "Blueprint for Revolution".

### PREDAVANJE // LECTURE

## New Media and Social Movements – How the Internet Has Changed Popular Mobilising

Nakon 2011. godine i Arapskog proljeća mediji su internet revoluciju ishitreno proglasili ključnom promjenom u društvenom mobiliziranju. Kako su suvremene grupe koristile društvene mreže za masovne mobilizacije – i u demokratskim i u diktatorskim društvima? Koji su najbolji primjeri upotrebe društvenih mreža za okupljanje milijuna ljudi na ulicama, od Arapskog proljeća do Hong Konga, Venezuele i Occupy Wall Streeta? Koji su razlozi za korištenje društvenih mreža, a koji protiv? Kako tlačitelji uče cenzuru i nadzor u digitalnom dobu? Zašto je 'Kony 2012' propao, a Ice Bucket Challenge je i dalje fora? Zašto su najutjecajnije online kampanje one koje istovremeno imaju i snažnu komponentu istinite poruke?

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES EXPORT... / BALCANNES EXPORT... // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NOĆNI ŽIVOT 2.0 / NIGHTLIFE 2.0 // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BLOKCHAIN... / BLOKCHAIN... // Više na str. 47 / More on page 47  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // GEN X TODAY... / GEN X TODAY... // Više na str. 78 / More on page 78  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NAKON DEADLINE... / POST DEADLINE... // Više na str. 79 / More on page 79



## Gary Whitehill

Futurist (SAD)  
Futurist (USA)

### SUPPORTED BY



### MODERATOR:



**Ida Prester**  
glazbenica / TV voditeljica / novinarka (Hrvatska/Srbija)  
Musician / TV Host / Journalist (Croatia/Serbia)

Gary Whitehill je futurist 21. stoljeća koji vjeruje da nestabilna vremena stvaraju nevjerojatne mogućnosti. Od 2011. godine Garyjeva putovanja po više od 60 zemalja pokazala su da čovječanstvo može biti obogaćeno kroz uključenost, suradnju i sudjelovanje. Garyjev model budućnosti po dizajnu katapultira ljude i njihove vizije u ubrzanu stvarnost uz pomoć inovacije, usmjerene tehnologije, zajedničkih vrijednosti i uključive pravde te izgrađuje most između današnje nesigurnosti i sutrašnje pametnije budućnosti. Gary radi s poslovnim liderima, vladama, zajednicama i organizacijama na izgradnji lansiranih platformi, loženju raketnog goriva ljudske domišljatosti te kovitanja ideja unaprijed kako bi se budućnosti dogodila sad.

Gary Whitehill is the 21<sup>st</sup> Century futurist who believes that unstable times create incredible opportunities. Since 2011, Gary's immersion in over 60 countries has shown him that humanity can be enriched through inclusivity, cooperation and participation. Gary's future-by-design model catapults people and their visions into an accelerated reality by using cultivated innovation, directed technology, shared values and inclusive justice to build a bridge between today's uncertainty and tomorrow's smarter future. Gary works with business leaders, governments, communities and organizations to build launch pads, fire up human-ingenuity rocket fuel, and hurtle ideas forward to make the future happen now.

### PREDAVANJE // LECTURE

## FUTURE TRENDS - Humans Deserve Better: Roadmap to a Future-Ready City

Danas većina ljudskog roda vjeruje da je svijetu potreban popravak ili dva. Globalne sile nas guraju prema velikim promjenama, dok je čovječanstvo na pragu nadolazećih i jedinstvenih konvergencija ekonomskog, političkog, tehnološkog, ekološkog, kulturnog i društvenog nemira. No ne bojte se, Gary vjeruje da će snaga ljudske genijalnosti nadmašiti ovaj globalni preokret. Kada se ljudi stanu i ujedine, mogu uništiti sve strahove i pretpostavke te utjecati na strukture i politiku koja ih kontrolira na načine koji će promijeniti naš svijet i učiniti ga boljim – ne samo za neke, već za sve nas. U ovoj osnovnoj crtici Gary opisuje viziju 21. stoljeća koje je vođeno inovacijom, ujedinjeno kulturom i ostvareno pomoću zajednica koje inspiriraju pravdu, uključivanje u društvo te stabilnost u gradovima diljem svijeta. Uzimajući u obzir svoja stvarna iskustva u rješavanju pravih problema u preko 60 zemalja, Gary vrši ekstrapolaciju iz sadašnjih i povijesnih primjera te otkriva koje neophodne strategije i taktike naprednih gradova njihove odgovarajuće vlade moraju usvojiti kako bi ostvarile rezultate FutureReadyja u 21. stoljeću.

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // RETAIL... / RETAIL... // Više na str. 51 / More on page 51  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NA ZAHTJEV / ON DEMAND // Više na str. 52 / More on page 52  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TALKING TURKEY... / TALKING TURKEY... // Više na str. 24 / More on page 24  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BIG BANG... / BIG BANG... // Više na str. 67 / More on page 67

## FUTURE TRENDS - Humans Deserve Better: Roadmap to a Future-Ready City

Today, most of humanity believes that the world needs more than a fix or two. Global forces are pushing us towards powerful change, and humanity has a front row seat for an impending and unprecedented convergence of economic, political, technological, environmental, cultural and social unrest. Not to fear, Gary believes the power of human ingenuity will transcend this worldwide upheaval. When humans stand up and come together, they can break through fears and assumptions, and affect the structures and politics that control them in ways that will transform our world and make it better not just for some, but for all. In this keynote, Gary describes the vision of a 21<sup>st</sup> Century driven by innovation, unified by culture and delivered by work-play-live communities that inspire justice, inclusion and stability in cities across the world. Leveraging his deep, experiential insights from solving real world problems across more than 60 countries, Gary extrapolates from current and historical examples to reveal the necessary strategies and tactics forward-thinking cities and their corresponding governments must adopt to achieve FutureReady outcomes in the 21<sup>st</sup> Century.



## Aleksandar Medjedović

MODERATOR:



**Nevena Rendeli**

Hrvatska radiotelevizija (HRT), urednica i novinarka (Hrvatska)  
Croatian Radiotelevision (HRT), Editor and Reporter (Croatia)

Turski odbor za vanjsku ekonomiju (DEIK), potpredsjednik Europske grupe / nezavisni stručnjak za poslovne medije (Turska / Njemačka)  
Turkish Foreign Economic Relations Board (DEIK), Vice-President European Group, / Independent Business Media Professional (Turkey / Germany)

Aleksandar Medjedović je u svijetu medija aktivan posljednjih 25 godina. Definirajući „medije“ u najširem mogućem smislu, stekao je iskustvo u prodaji, PR-u, marketingu, industriji sajmovi i evenata te organizaciji konferencija. Taj put ga je iz Njemačke odveo u Švicarsku, SAD, Francusku i Singapur, te na kraju i u Tursku. Na golemome turskom tržištu Aleksandar djeluje i uči posljednjih dvadeset godina. Također je naučio i upio običaje turskoga medijskog tržišta sa svim njegovim aspektima te je imao i „nevjerojatnu sreću“ proširiti se s njega na azijsko, kavasko i arapsko tržište, kao i s turskoga gledišta preispitati svoja „europska stajališta“. Rođen u Hannoveru u Njemačkoj te jugoslavenskih korijena, Aleksandar je politologiju i ekonomiju diplomirao u Njemačkoj i Francuskoj te tečno govori deset jezika, što mu pomaže da „bolje razumije svoja putovanja“. Aktivan je član raznih gospodarskih komora i ostalih organizacija u Turskoj, jugoistočnoj Europi i Njemačkoj. Živi u Istanbulu, a njegov je posao koncentriran na regionalni poslovni razvoj, edukaciju i prekogranična pitanja, bila ona zemljopisna ili tematska.

Aleksandar Medjedović has been active in the world of media for the last 25 years. Defining for himself 'Media' in the broadest sense possible, he has gained his experience in Sales, PR and Marketing in the industry of trade fairs, event and conference management. This journey took him from Germany to Switzerland, to the United States, France, Singapore, and finally to Turkey. Aleksandar has been operating and learning in the huge Turkish market for 20 years. He has learned and absorbed the Turkish media market with all its facets and he had also the 'incredible luck' to spread from Turkey into the Asian, Caucasian and Arabic markets, as well as to challenge his 'European views' from a Turkish standpoint. Aleksandar, a native of Hannover/Germany and of Yugoslav origin, has a university education in Political Science and Economy from Germany and France and speaks 10 languages fluently, which helps him 'understand his journey a bit more'. He is an active member in various chambers of commerce and other industrial organizations in Turkey, Southeastern Europe and Germany. He resides in Istanbul/Turkey and his business is focused on regional business development, education and cross-border issues – both geographical and thematic.

### PREDAVANJE // LECTURE

#### Talking Turkey: Experiencing and Managing Media in a 'Subcontinent' A View from the Huge Turkish Market (and Beyond Its Borders)

Republika Turska je postala jako prisutna u različitim sferama života i posla na Starom kontinentu, u našoj regiji, ali i znatno dalje, bilo da se radilo o tekućim pitanjima izbjegličke situacije, političkim stremljenjima, povećanom industrijskom značaju, bilo zbog pukoga gledanja ozloglašanih turskih sapunica na Balkanu i u Istočnoj Europi. Turska je veliko i rastuće tržište, zemlja od skoro 80 milijuna stanovnika, vibrantnom medijskom scenom s preko 300 TV postaja te mladom populacijom koja u potpunosti iskorištava sve prednosti društvenih mreža. Kroz raširenost turskog jezika turski mediji i agencije prisutni su u mnogim susjednim zemljama. Prema tome, mediji su u Turskoj važni i uvijek prisutni. Ova prezentacija prikazuje tursku medijsku scenu i usredotočuje se na ključne točke, kao što su i tko su turski medijski igrači, kako medijskim planiranjem upravljati 12 gradova s preko milijun stanovnika, koliko je različitih pristupa u izvještavanju i oglašavanju, zašto turski korisnici kotiraju visoko na Facebooku i drugim društvenim mrežama i dr.

#### Talking Turkey: Experiencing and Managing Media in a 'Subcontinent' A View from the Huge Turkish Market (and Beyond Its Borders)

The Republic of Turkey has become very present in various fields of life and business throughout the 'old continent', in our region and also far beyond that: be it through current issues around the refugee situation, political streams, an increasing industrial importance or simply through watching infamous Turkish 'soap operas' throughout the Balkans and Eastern Europe. Turkey is a large and growing market, a market whose companies have become more present in our Region. It is a country of almost 80 million people with a very vibrant media scene and over 300 TV stations as well as a youthful population which uses the advantages of social media in its entirety. Through the outspread of the Turkish language, the Turkish media and agencies are present in many neighboring countries. Accordingly, the media in Turkey is crucial and always present. This presentation will cover the Turkish media scene and focus on some key points like the key media players; how to use media planning in managing 12 large cities; how many different approaches there are to reporting and advertising and why their users rank so high on social media.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // RETAIL... / RETAIL... // Više na str. 51 / More on page 51

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // FUTURE TRENDS... / FUTURE TRENDS... // Više na str. 23 / More on page 23

Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NA ZAHTJEV / ON DEMAND // Više na str. 52 / More on page 52

Dvorana Radionica / Workshop Stage // BIG BANG... / BIG BANG... // Više na str. 67 / More on page 67



## Jeremy Abbett

MODERATOR:



**Iva Šulentić**

televizijska i radijska voditeljica  
Television and Radio Presenter

Google, kreativni evangelist (Njemačka)  
Google, Creative Evangelist (Germany)

Jeremy Tai Abbett je inspiracija za ambiciozne organizacije koje shvaćaju da je kreativnost potrebna kako bi napredovale u današnjem promjenjivom svijetu. Prikupljati iskustvo započeo je kroz nekoliko poduzetničkih pothvata koji su bili na sjecištu dizajna i tehnologije. U svojoj trenutnoj ulozi kreativnog propovjednika u Googleu, Jeremy savjetuje i surađuje s brendovima i kreativnim agencijama kao što su Adidas, Zalando i Saatchi&Saatchi. Dodatno mentorira startupove u njihovim ranim fazama te održava radionice koje istražuju kreativnost i inovacije. Prije Googlea Jeremy je bio osnivač te direktor dizajna odgovoran za branding i korisničko iskustvo mobilnog startupa Stuffle. Zbog njegovog truda je Stuffle dobio nagrade Webby, Lead i Lovie, a na kraju ga je Apple prepoznao kao jednu od najboljih aplikacija 2012. godine. Jeremy je također i suosnivač tvrtke Fork Unstable Media koju je osnovao 1996. godine (sa tri projekta koja je kupio Muzej moderne umjetnosti u San Franciscu te igrice koja je razbjesnila britansku monarhiju), kao i suosnivač multidisciplinarnog studija Truth Dare Double Dare. Usto je i jedan od osnivača studijskog programa Interaction Design Institute Ivrea te nagrađivani kreativni direktor u nekoliko oglašivačkih agencija.

Jeremy Tai Abbett inspires ambitious organizations into realizing the creativity required to thrive in a world of constant change. He draws on his experience with starting several ventures that found their genesis at the intersection of design and technology. In his current role as the creative evangelist at Google, Jeremy consults and collaborates with brands and creative agencies such as Adidas, Zalando and Saatchi & Saatchi. Additionally, he mentors early-stage startups and facilitates workshops that explore creativity and innovation. Previous to Google, Jeremy was the founding design director responsible for the branding and user-experience for a mobile start-up Stuffle. His efforts helped Stuffle win a Webby Award, a Lead Award, a Lovie Award as well as being recognized by Apple as one of the best apps in 2012. Jeremy also co-founded Fork Unstable Media in 1996 (with three projects that were acquired by the Museum of Modern Art – San Francisco and a game that enraged the British Monarchy to his credit), co-founded a multidisciplinary studio Truth Dare Double Dare, was a founding post-graduate student at Interaction Design Institute Ivrea and an award winning creative director at a handful of advertising agencies.

### PREDAVANJE // LECTURE

#### Twenty -Three Minutes

U svijetu prezasićenom instant potrošnjom brendovi koji su do jučer uspijevali postaju zamagljeno sjećanje budućnosti. Brendove koji tek dolaze izgradili su autsajderi koji imaju jednu misao vodilju – velika ideja u oglašavanju je mala ideja za koju nikog nije briga.

U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // ONE ON ONE / ONE ON ONE // Više na str. 26 / More on page 26

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // GLOBALNI BRENDOVI / GLOBAL BRANDS // Više na str. 53 / More on page 53

Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // A GREAT PLACE... / A GREAT PLACE... // Više na str. 27 / More on page 27

Dvorana Radionica / Workshop Stage // I DIDN'T SING UP... / I DIDN'T SING UP... // Više na str. 68 / More on page 68

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SNAPUP 2.0 / SNAPUP 2.0 // Više na str. 93 / More on page 93

#### Twenty -Three Minutes

In our world of over saturated, sugar-filled doughnut-like consumption the brands that thrived yesterday are starting to be but a distant memory of tomorrow. The brands that are around tomorrow are being built by outsiders that acknowledge this simple fact — the big idea in advertising is a small idea nobody cares about.



## Davor Tomašković

Hrvatski Telekom, Predsjednik Uprave i glavni direktor (CEO) (Hrvatska)  
Croatian Telecom, President of the Management Board (CEO) (Croatia)

### MODERATOR:



**Zoran Šprajc**

RTL, urednik i voditelj RTL-a Direkt (Hrvatska)  
RTL, Editor and Anchor of RTL Direct (Croatia)

Davor Tomašković rođen je 1969. godine u Vinkovcima. Diplomirao je 1994. godine elektrotehniku na Sveučilištu u Zagrebu. MBA diplomu je na prestižnom milanskom Bocconiju stekao summa cum laude 1997. godine. Više od desetljeća Tomašković je na vodećim pozicijama u nekim od najuglednijih hrvatskih kompanija. Nakon stjecanja diplome karijeru je započeo u Ministarstvu znanosti i tehnologije, implementirajući prvu akademsku internetsku mrežu. Po završetku MBA-a u Milanu odlazi u Austriju i karijeru nastavlja u konzultantskoj kući McKinsey&Company. Tomašković se 2002. godine vraća u Hrvatsku na poziciju direktora strategije i razvoja HT-a. Dužnost predsjednika Uprave Tiska, vodeće hrvatske distribucijske kompanije, preuzima 2004. godine. Nakon uspješnog provođenja zahtjevnog procesa restrukturiranja Tiska, dolazi na mjesto predsjednika Uprave TDR-a, regionalnog lidera u duhanskoj industriji, gdje je proveo zadnjih sedam godina. Pod njegovim vodstvom, TDR je tijekom politički i gospodarski dinamičnog i izazovnog razdoblja zadržao lidersku poziciju u Hrvatskoj i značajno se proširio regionalno i na daleka tržišta. Od 1. siječnja 2014. obnaša dužnost predsjednika Uprave HT-a i glavnog direktora.

Davor Tomašković was born in Vinkovci, Croatia in 1969. He graduated as an electrical engineer from the University of Zagreb in 1994. He subsequently completed an MBA program at Bocconi University in Milan, Italy, graduating summa cum laude in 1997. For over a decade Mr.Tomašković has occupied top positions at some of the most prominent Croatian companies. Following his graduation as an engineer he was employed at the Croatian Ministry of Science and Technology implementing the first internet network for academia. After his graduation from Milan, he worked in Austria, at the consultancy firm McKinsey & Company. In 2002 Mr. Tomašković returned to Croatia assuming the post of Director of Corporate Strategy and Business Development at Hrvatski Telekom. In 2004 he was appointed President of the Management Board of Tisak, a leading Croatian distribution and retailing company. Subsequent to successful implementation of an extensive restructuring process at Tisak, he assumed the position of President of the Management Board of TDR, the regional tobacco industry leader, which position he has occupied for the past seven years. Under his custody, TDR has retained its position of leadership in Croatia, and has also undergone significant expansion, both regionally and overseas during a dynamic and challenging period from both political and economic perspectives. On 1 January 2014 Mr.Tomašković was appointed to the position of President of the Management Board of HT d.d.

### PREDAVANJE // LECTURE

#### One on One

Predvodnik nove generacije najuspješnijih hrvatskih menadžera, Davor Tomašković i novinar godine, Zoran Šprajc, u "One on one" na Weekend Media Festivalu. Tomašković, danas predsjednik Uprave Hrvatskog Telekom, prvi je put postao predsjednikom uprave sa samo 34 godine. Posljednjih 13 godina neprekidno je na čelnim pozicijama najvećih hrvatskih kompanija – Tiska, TDR-a i Hrvatskog Telekom. Kako se i gdje školuješ da bi postao predsjednik uprave; koja su znanja i vještine potrebne za vođenje velikih kompanija; koje su najteže odluke koje je morao donijeti tijekom karijere; ima li poteza zbog kojih danas žali; što ga najviše ljuti, a što veseli - sve su to pitanja na koja će Tomašković morati odgovarati Šprajcu. Bit će i riječi o stanju u hrvatskom gospodarstvu i hrvatskom društvu, kako ocjenjuje nacionalnu politiku, s kojim političarem je dobro surađivao, a tko ga je najviše izluđivao. Ima li predsjednik uprave vremena za privatni život, što savjetuje svojoj djeci i bi li ponovno odabrao povratak u Hrvatsku kao zemlju u kojoj želi graditi karijeru – sve ćemo to čuti u razgovoru Šprajca i Tomaškovića.

#### One on One

The leader of a new generation of the most successful Croatian managers, Davor Tomašković and journalist of the year, Zoran Šprajc in "One-on-one" at the Weekend Media Festival. Tomašković, today the President of the Management Board of Hrvatski Telekom, first became the President of the Board at the age of 34. For the past 13 years he has constantly held leading positions in Croatia's largest companies – Tisak, TDR and Hrvatski Telekom. On how and where to go to school to become a President of the Management Board; what knowledge and skills are necessary to run large companies; what are the hardest decisions he had to make during his career; are there any moves that he regrets today; what makes him angry and what makes him happy – these are all question Tomašković will have to answer to Šprajc. There will also be talk about the current state of the Croatian economy and society, how he rates the national policy, which politician is best to work with and which one drove him crazy. Does the President of the Management Board have time for a personal life, what would he advise to his children and would he choose to return to Croatia as a country in which he would build his career – all will be known in a conversation between Šprajc and Tomašković.

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // GLOBALNI BRENDOVI / GLOBAL BRANDS // Više na str. 53 / More on page 53  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // A GREAT PLACE TO WORK / A GREAT PLACE TO WORK // Više na str. 27 / More on page 27  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TWENTY-THREE MINUTES / TWENTY-THREE MINUTES // Više na str. 25 / More on page 25  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // I DIDN'T SING UP... / I DIDN'T SING UP... // Više na str. 68 / More on page 68  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SNAPUP 2.0 / SNAPUP 2.0 // Više na str. 93 / More on page 93



## Zrinka Lovrenčić

Great Place to Work Australia, direktorica (Australija)  
Great Place to Work Australia, Managing Director (Australia)

### MODERATOR:



**Nevena Rendeli**  
Hrvatska radiotelevizija (HRT), urednica i novinarka (Hrvatska)  
Croatian Radiotelevision (HRT), Editor and Reporter (Croatia)

Savjetnica managementa, poslovni lider te autoritet o najboljem radnom mjestu – Zrinka Lovrenčić je glavna direktorica tvrtke Great Place to Work Australia.

Od 2008., Zrinka radi s raznim organizacijama i lokacijama kako bi procijenila kulturu radnog mjesta te ih podržala u nastojanju da pretvore svoje organizacije u ne samo sjajna mjesta za rad, već i da podignu svoju vrijednost.

Kao direktorica Great Place To Work Australia, Zrinka je i kustos liste o najboljim mjestima za rad u Business Review Weekly, koja izlazi svake godine te je istaknuti govornik o trendovima na radnom mjestu i management strategijama. Prvostupnik je trgovine i magistar managementa na Macquarie University gdje je dobila i MBA na Macquarie Graduate School of Management. Zrinka je i dobitnik NSW Finalist in the Telstra Business Woman of the Year nagrade (2013).

Prema podacima Svjetske banke, doprinos globalne uslužne industrije svjetskom BDP-u je preko 70% uz postotak rasta od 1% godišnje. To je najbrže rastuća industrija na svijetu. Rast u uslužnoj industriji dikтира da je ljudski kapital ustvari najveći resurs na svijetu.

Međutim, kada organizacije žele optimizirati efikasnost, uglavnom se fokusiraju na imovinu i resurse poput mašinerije, proizvodnje, dobavljača i njihovih mreža, infrastrukture te logistike, a nedovoljno se fokusiraju na najvažnije bogatstvo – ljude. Postoji potreba da se prebaci fokus s optimizacije na ljudski kapital i usredotoči na zaposlenike kao središte optimizacije efikasnosti.

Kao istaknuti govornik o trendovima na radnom mjestu, Zrinka je usredotočila svoja istraživanja na strategije managementa i vještinu poboljšanja radnih mjesta.

Since 2008, Zrinka has been working with organisations across a variety of industries and locations to assess their workplace cultures and support them as they seek to transform their organisations to become not only great workplaces, but increase their shareholder returns.

As the MD of Great Place to Work Australia, Zrinka is the curator of the Business Review Weekly "Best Places to Work" list published each year and a featured speaker on workplace trends and management strategies. She holds a Bachelor of Commerce and Masters of Management from Macquarie University, as well as an MBA from Macquarie Graduate School of Management. Zrinka was awarded NSW Finalist in the Telstra Business Woman of the Year Awards (2013).

According to the World Bank, the global services industry contribution to global GDP is over 70%, and growing at a rate of 1% per annum worldwide. This is the fastest growing industry in the world. The growth in the service industry dictates that the world's largest resource is in fact the human capital.

However, when organisations think about optimising efficiency, they tend to look at assets and resources; specifically machinery, output, suppliers, the supply chain, infrastructure, and logistics; frequently not focusing on that most important asset the human capital. There is a need to shift attention to optimising the human capital, and putting employees at the centre of operational efficiency optimisation.

A featured speaker on workplace trends, Zrinka has focused her research on management strategies and people practices aimed at improving workplace.

### PREDAVANJE // LECTURE

#### A Great Place to Work

Zrinka Lovrenčić, direktorica kompanije „Great Place to Work“ iz Australije na Weekendu održati predavanje o jedinstvenom modelu koji kompanijama pomaže da stvore u svojoj organizaciji „sjajno mjesto za rad za zaposlenike“ istovremeno podižući vrijednost za vlasnike.

#### A Great Place to Work

Zrinka Lovrenčić is the managing director of „Great Place to Work“ in Australia. Zrinka will hold a lecture about a unique model which helps companies create „a great place to work for their employees“ while simultaneously increasing shareholder returns.

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // ONE ON ONE / ONE ON ONE // Više na str. 26 / More on page 26  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // GLOBALNI BRENDOVI / GLOBAL BRANDS // Više na str. 53 / More on page 53  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TWENTY-THREE MINUTES / TWENTY-THREE MINUTES // Više na str. 25 / More on page 25  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // I DIDN'T SING UP... / I DIDN'T SING UP... // Više na str. 68 / More on page 68  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SNAPUP 2.0 / SNAPUP 2.0 // Više na str. 93 / More on page 93



## Jarno Vanhatapio

NA-KD.COM, CEO i osnivač (Švedska)  
NA-KD.COM, CEO and founder (Sweden)

## Magnus Emilson

NA-KD.COM, direktor (Švedska)  
NA-KD.COM, Chairman (Sweden)

### MODERATOR:



**Nevena Rendeli**  
Hrvatska radiotelevizija (HRT), urednica i novinarka (Hrvatska)  
Croatian Radiotelevision (HRT), Editor and Reporter (Croatia)

Jarno Vanhatapio je CEO i osnivač NA-KD.com, propulzivnog švedskog online modnog tržišta koje je samo 4 mjeseca nakon početka poslovanja u prosincu 2015. godine počelo dostavljati u više od 100 različitih zemalja. Također je osnivač ZooZoo.com, drugoga najvećeg švedskog dobavljača hrane za kućne ljubimce, koji je to postao za samo dvije godine, kao i Nelly.com, vodećeg modnog e-tailera sjeverne Europe, sa prodajom u vrijednosti od preko 180 milijuna dolara u 2015. godini. Ima opširno znanje profesionalnog e-commercea, viralnog i social shoppinga, itd. Gospodin Vanhatapio je 2010. godine nominiran za nagradu Ernst & Young Entrepreneur of the Year, a 2012. godine je primio najveću individualnu nagradu nordijske maloprodaje, nagradu Söderbergska Handelspriset Švedske udruge za maloprodaju i trgovinu.

Magnus Emilson glavni je investitor i direktor online trgovine NA-KD.com. Emilson je i poduzetnik te aktivni investitor u području tehnologije. Suosnivač je konzultantske online tvrtke Mind. Uslijedilo je osnivanje Visit Groupa, jedne od najaktivnijih europskih travel tech kompanija unutar B2B segmenta, gdje i do danas radi kao CEO. Kao aktivni poslovni anđeo Magnus je preko 20 puta investirao u tvrtke unutar tech segmenta te im aktivno pomagao narasti i izgraditi vodeću poziciju na današnjem vrlo konkurentnom internetskom tržištu. Njegova ulaganja uključuju europsku vodeću platformu za rezervacije Bookatable koju je 2015. godine Michelin Guide kupio za 100 milijuna eura, zatim europsku vodeću marketing platformu Tradedoubler te Jetshop, vodeću e-commerce platformu za trgovce u nordijskim zemljama. Emilson je 2014. godine bio nominiran za nagradu Ernst & Young Entrepreneur of the Year.

Jarno Vanhatapio is the CEO and founder of NA-KD.com in Sweden, a disruptive online fashion marketplace that has shipped to over 100 countries in just 4 months from the start in December 2015. He is also the founder of ZooZoo.com, which became the second biggest online petfood supplier in Sweden in just two years. Previously, he founded Nelly.com, the leading fashion e-tailer in the Nordics and one of the biggest fashion e-commerce sites in northern Europe with sales exceeding 180 million USD in 2015. He has in depth knowledge of professional e-commerce, viral & social shopping and all things pertaining to online shopping. In 2010, Mr. Vanhatapio was nominated for The Ernst & Young Entrepreneur of the Year award. In 2012, he received the "Söderbergska Handelspriset" from the Swedish Retail & Commerce association, the biggest individual prize in Nordic retail.

Magnus Emilson is the lead investor and chairman of NA-KD.com. He is a serial entrepreneur and an active investor in tech space. Magnus co-founded the Internet consultancy company Mind in 1996 and developed it to 500 employees. He then founded Visit Group, which is one of Europe's leading travel tech companies within the B2B segment where he still works as CEO. As an active angel investor, Magnus has made over 20 tech investments and actively helped them grow and build a market leading position in today's extremely competitive Internet market space. The investments include Europe's leading restaurant reservation platform Bookatable which was acquired by the Michelin Guide in 2015 for 100M EUR, Europe's leading affiliate marketing platform - Tradedoubler and the leading e-commerce platform for retailers in the Nordic countries. In 2014 Emilson was in nominated for the Ernst & Young Entrepreneur of the Year award.

### PREDAVANJE // LECTURE

## Gola istina iz Švedske

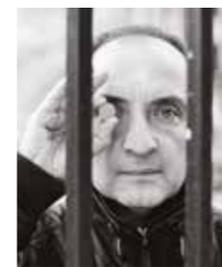
NA-KD.com je novi online fashion marketplace projekt u Skandinaviji, već poznatog i uspješnog tima u svijetu e-commercea, koji će po prvi put gostovati u ovoj regiji. Rast e-commercea koji pratimo na regionalnim tržištima zahtjeva da napokon dobijemo uvid u teme profesionalnog e-commercea te viralnog i social shoppinga.

## Naked Truth from Sweden

NA-KD.com is a new Scandinavian online fashion marketplace project, created by the well-known and successful team in the world of e-commerce, which will be visiting this region for the first time. The growth of e-commerce which we follow on the regional market demands that we finally get an insight into subjects such as professional e-commerce as well as viral and social shopping.

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // KLIN: GOTOVO SAVRŠENO... / KLIN: ALMOST COMPLETELY... // Više na str. 29 / More on page 29  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // MEDIA INTELLIGENCE... / MEDIA INTELLIGENCE... // Više na str. 30 / More on page 30  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // UNLEASHING... / UNLEASHING... // Više na str. 84 / More on page 84



## Lazar Džamić

ex - Google ZOO, kreativni strateg (EMEA)  
ex - Google ZOO, Creative Strategist (EMEA)

### MODERATOR:



**Ida Prester**  
glazbenica / TV voditeljica / novinarka (Hrvatska/Srbija)  
Musician / TV Host / Journalist (Croatia/Serbia)

Do nedavno voditelj tima za strategiju brenda u Googleovom kreativnom think-tanku ZOO u Londonu. Osobna misija: pretvarati svjetlost u toplinu - obilje podataka u Googleovom univerzumu u emotivne teritorije za velike ideje. Direktor strateškog planiranja u nekoliko londonskih kreativnih agencija i jedan od prvih digitalnih stratega u Velikoj Britaniji. Autor više knjiga uključujući "Cvečarnica u Kući cveća" - osobnu analizu uspjeha stripa "Alan Ford" u bivšoj Jugoslaviji...

Until recently, the leader of the Brand Strategy team in Google's creative think-tank - ZOO, located in London. Personal mission: to create warmth from light - an abundance of data in the Google universe into emotional territories for grand ideas. A director of strategic planning in several London-based creative agencies and one of the first digital strategists in the UK. Author of many books, including "Cvečarnica u Kući cveća" - a personal analysis of the success of the Alan Ford comic in former Yugoslavia...

### PREDAVANJE // LECTURE

## Klin: gotovo savršeno oglašavanje - Ili kako kreirati uspješne poruke u svijetu lakog ignoriranja

U ovom će predavanju biti obrađeni neki ključni aspekti uspješne tržišne komunikacije u modernim medijima te na koji način se oglašavanje potpuno promijenilo, ali i ostalo isto. Ukratko: recept za uspješnu komunikaciju brenda na mobilnim telefonima, YouTubeu i ostalim platformama moderne kulture gdje sadržaji, iskustva i relevantnost znače više nego samo oglasi...

## Klin: Almost Completely Perfect Advertising - Or, How to Create Successful Messages in the World of Light Ignoring

The lecture will cover a few key aspects of successful market communication in modern media and also deal with the fact that advertising has changed completely - and also stayed the same. In short: a recipe for successful brand communication on mobile phones, YouTube and other modern culture platforms where content, experience and relevance mean more than the ad itself...

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // GOLA ISTINA... / NAKED TRUTH... // Više na str. 28 / More on page 28  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // MEDIA INTELLIGENCE... / MEDIA INTELLIGENCE... // Više na str. 30 / More on page 30  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // UNLEASHING... / UNLEASHING... // Više na str. 84 / More on page 84



## Magdalena Horánska

POWERED BY  
**MCA GROUP**

MODERATOR:

**Iva Šulentić**televizijska i radijska voditeljica  
Television and Radio PresenterMCA Grupa (Newton Media) / FIBEP,  
predsjednica Uprave / potpredsjednica (Češka  
Republika)  
MCA Group (Newton Media) / FIBEP, CEO /  
Vice President (Czech Republic)

Magdalena Horánska je prodajna i marketinška stručnjakinja s 14 godina iskustva u praćenju medija i istraživačkoj industriji. Trenutno je predsjednica Uprave MCA Grupe, grupacije kompanija koje se bave media monitoringom u regiji. MCA Grupa pripada grupaciji NEWTON Media Group, lideru u praćenju medija u zemljama Srednje, Istočne i Jugoistočne Europe. Magdalena je i potpredsjednica FIBEP-a, međunarodnog udruženja media monitoring kompanija te članica komisije FIBEP/AMEC Fair Trade.

Magdalena Horánska is a sales and marketing professional with 14 years experience in media monitoring and measurement industry. Currently, she is CEO of MCA Grupa, a group of media monitoring and measurement companies across the Adriatic region. MCA Grupa belongs to NEWTON Media Group, a leader in media intelligence services in CEE and SEE. In the past, Magdalena was responsible for managing companies of NEWTON Media Group in Poland and Slovakia. She is a vice-president of FIBEP, an international association of media intelligence companies and a member of joint FIBEP/AMEC Fair Trade Commission.

### PREDAVANJE // LECTURE

#### Media Intelligence i top autori – Kako organizacija vidi vijest koju novinar napiše

Što je to media intelligence, što media monitoring, kako agencije evaluiraju sadržaj koji novinari napišu, koji alati marketingašima i stručnjacima za odnose s javnošću, ali i novinarima svakodnevno pomažu u evaluaciji i praćenju medija i influencera, reći će vam Magdalena Horánska, potpredsjednica FIBEP-a i članica Uprave Newton Media i MCA Grupe. Magdalena će predstaviti i druge tajne uspješnog mjerenja i kontrole organizacijske komunikacije. Magdalena Horánska, predsjednica Uprave MCA Grupe te potpredsjednica FIBEP-a iz Praga, vas poziva na sudjelovanje u raspravi o ovome i još mnogim zanimljivim pitanjima.

#### Dodjela nagrade Media Net – Nagrada za najboljeg i najpopularnijeg novinara

Media Net, tvrtka za medijska i tržišna istraživanja i evaluaciju komunikacije iz Zagreba, po treći će put provesti istraživanje na reprezentativnom uzorku od 1000 punoljetnih ispitanika na području cijele Hrvatske, ove godine zbog velikog interesa stručne javnosti. Saznat ćemo što javnost misli, tko je najpopularniji novinar, a ispitanici će moći navesti po tri novinara s internetskih portala, tiskovina, radija i televizije. Media Net će provesti i online istraživanje među članovima Hrvatske udruge za odnose s javnošću te studentima i profesorima novinarstva i odnosa s javnošću nekih hrvatskih sveučilišta i veleučilišta.

#### Media Intelligence and Top Authors – How an Organization Sees The News Written By Journalists

What is media intelligence, what is media monitoring, how do agencies evaluate the content written by journalists, what tools do marketing and PR people, but also journalists use to help them on a daily basis to evaluate and follow the media and influencers – we will find out this and more from Magdalena Horánska, Vice President of FIBEP and Member of the Board of NEWTON Media and MCA Grupa. Magdalena will also present many other secrets of successful measuring and organizational communication control. Magdalena Horánska, Chairman of the Board of MCA Grupa and Vice President of FIBEP from Prague, invites you to a discussion about this and many other interesting questions. In the end, Media Net will show the results of one of their recent and most popular research projects and give away the Media Net award for the best and most popular journalist.

#### Media Net Awards Ceremony – Awards for Best and Most Popular Journalist

Media Net, a Zagreb-based media, market research and evaluation company, will for the third time carry out a research on a representative sample of 1000 adults from all regions of Croatia – this year due to great interest from the expert public. We will find out what the public thinks, who is the most popular journalist and examinees will name their top three internet portals, print, radio and television journalists. Media Net will also carry out an online research among the members of the Croatian Public Relations Association as well as journalism and public relations students and professors from Croatian universities.

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // GOLA ISTINA... / NAKED TRUTH... // Više na str. 28 / More on page 28  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // KLIN: GOTOVO SAVRŠENO... / KLIN: ALMOST COMPLETELY... // Više na str. 29 / More on page 29  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // UNLEASHING... / UNLEASHING... // Više na str. 84 / More on page 84



Volim putovati! / I love to travel!

Kada i gdje god želiš...  
Kupi aviokartu, prijavi se za let, spremi  
boarding pass i otputuj u željenu destinaciju!

Naša aplikacija također omogućuje provjeru reda letenja,  
statusa leta, posebnih ponuda te pruža sve informacije koje  
su vam potrebne prije leta.

Whenever and wherever you want...  
Buy a ticket, check in for your flight,  
save your boarding pass and travel  
to your desired destination!

Our app also allows you to check the flight timetable,  
the status of your flight and available special offers, and  
provides you all the other information you will need before  
take off.



croatiaairlines.hr

A STAR ALLIANCE MEMBER

072 500 505, +385 1 6676 555

**CROATIA AIRLINES**

Moja aviokompanija. My airline.



Innovation  
that excites

www.nissan.hr

IZRAZI SE U POKRETU



## NISSAN JUKE N-TEC S NAVIGACIJOM I KAMEROM ZA PARKIRANJE.

### NAČIN NA KOJI SE KREĆEŠ OTKRIVA ZAPRAVO TKO SI.

Otkriva tvoj stav, osobnost i karakter. Nissan Juke N-Tec je automobil kojim se možeš izraziti u pokretu. U serijskoj opremi uključuje navigaciju i kameru za parkiranje. Uzbudljiv i inovativan, ističe se i serijskim aluminijskim naplaticima Sport od 17".

**1/3** PLATITE ODMAH  
ZA GODINU DANA  
ZA 2 GODINE | **0%** KAMATA

Posebni uvjeti za financiranja putem financijskog leasinga u suradnji s Unicredit Leasing Croatia d.o.o. uz fiksnu kamatnu stopu od 0,00% vezanu za EUR i jednokratnu naknadu zaključenja ugovora 2,00% od kupoprodajne cijene vozila. EKS 2,00%. Trajanje ugovora o leasingu 24 mjeseca. Učešće iznosi 33% od kupoprodajne cijene vozila. Otkupna vrijednost 1,00% od kupoprodajne cijene vozila. Leasing rata je godišnja, izražava se u EUR i plaća u HRK prema prodajnom tečaju Zagrebačke banke d.d. na dan uplate. Ponuda vrijedi do 31.10.2016. Slika automobila je simbolična.

**idmmusic**  
INTELLIGENT DIGITAL MEDIA & MUSIC

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

A za neke smo tek rođeni...



Fosil lista biljke  
Starost: oko 60 mil. godina  
[www.gzh.hr](http://www.gzh.hr)



# ONLY ID CARD

WEEKEND

**akd**card  
[www.akd.hr](http://www.akd.hr)



Delikates

KREIRALI CHEFOVI



- Vrhunski okus
- Birano meso
- Bez pojačivača okusa

#DajMiGriz

www.podravka.com

PANELI  
PANEL DISCUSSIONS



## Dosta je PR-a, vrijeme je za Odnose s javnošću

Odnosi s javnošću imaju problema s reputacijom. Često u kolokvijalnom govoru nazvani PR, jedno su od onih područja u kojima gotovo svatko može biti stručnjak. Čak i komunikacijski praktičari koriste pojam odnosa s javnošću kao sinonim za publicitet, propagandu, medijsku manipulaciju ili „spin“. Sve češće se pojam PR koristi kao nešto pejorativno. Ne pomažu ni brojne afere koje se pripisuju takozvanim PR agencijama. Takvo banaliziranje jedne društveno važne i ozbiljne profesije urušava cijeli sustav javne komunikacije. Čiji je stoga zadatak povući jasnu crtu između priučenih PR-ovaca i profesionalaca u odnosima s javnošću? Ima li spasa za odnose s javnošću?

## Enough of PR, It's Time for Public Relations

Public relations have issues with their own reputation. Commonly named by their colloquial abbreviation – PR – they are one of those professions in which anyone can be an expert. Even communication professionals commonly label their own field with various derogative terms such as publicity, propaganda, media manipulation or spin. The term public relations is becoming more pejorative every day. Numerous affairs connected to (so called) PR agencies add to this reputation. Such shallow understanding of this socially significant profession bares negative consequences on the entire public information system. Whose task is it to determine the difference between self-taught PR “experts” and educated professionals? Is there hope for the profession of public relations?



### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Violeta Colić**

Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri, direktor (Hrvatska)  
Communications Office Colić, Laco and Partners, Managing Director (Croatia)



**Ankica Mamić**

IMC, vlasnik (Hrvatska)  
IMC, Owner (Croatia)



**Aleksandra Kolarić**

HUOJ (Hrvatska udruga za odnose s javnošću), predsjednica (Hrvatska)  
CPRA (Croatian Public Relations Association), President (Croatia)



**Božo Skoko**

Sveučilište u Zagrebu / Millenium promocija, predstojnik Odsjeka za strateško komuniciranje na Fakultetu političkih znanosti / partner (Hrvatska)  
University of Zagreb / Millenium promocija, Head of Strategic Communication Department Faculty of Political Science / Partner (Croatia)



**Krešimir Macan**

Manjgura, generalni direktor (Hrvatska)  
Manjgura, General Manager (Croatia)



**Dejan Verčič**

Sveučilište u Ljubljani, pročelnik Centra za marketing i odnose s javnošću (Slovenija)  
University of Ljubljana, Head of Centre for Marketing and Public Relations (Slovenia)

### MODERATOR



**Ana Tkalac Verčič**

Ekonomski fakultet u Zagrebu, profesorica (Hrvatska)  
Faculty of Economics & Business, University of Zagreb, Professor (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // AMERICAN DREAM INC. / AMERICAN DREAM INC. // Više na str. 18 / More on page 18  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // TV IN AN ERA... / TV IN AN ERA... // Više na str. 19 / More on page 19  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BEST OF REGIONAL... / BEST OF REGIONAL... // Više na str. 74 / More on page 74  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // FORMULA ZA PITCH... / PITCH SOURCE... // Više na str. 64 / More on page 64



## Produciraj ovo

Oglašivači zahtijevaju premium TV okruženje – visokokvalitetan program koji privlači odgovarajuće gledatelje za njihove proizvode ili usluge. Što stvarno oglašivač kupuje, a što TV stanica prodaje? Kvalitetan program ili širok doseg gledatelja po jeftinoj cijeni?

## Produce This

Advertisers require a premium TV environment - high quality programming that attracts an audience that is relevant to their product or services. What does the advertiser actually buy and what does the TV channel sell? Quality programming or wide audience reach at a cheaper price?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Nikola Ivanov**

L'Oreal, Chief Marketing & Digital Officer (Adria-Balkan Region)  
L'Oreal, Chief Marketing & Digital Officer (Adria-Balkan Region)



**Gabriella Vidus**

RTL Hungary, Chief Executive Officer (Mađarska)  
RTL Hungary, Chief Executive Officer (Hungary)



**Henning Tewes**

RTL, predsjednik Uprave (Hrvatska)  
RTL, Chief Executive Officer (Croatia)



**Ivan Vlatković**

PINK Media Group, Potpredsjednik (Srbija)  
PINK Media Group, Vice President (Serbia)

### MODERATOR



**Božidar Abramović**

HURA, Član Uprave / Omnicom Media Group, Savjetnik Uprave (Hrvatska)  
HURA, Board Member / Omnicom Media Group, Advisor to the Board (Croatia)

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // OBRAZOVANJE I BUDUĆNOST / THE FUTURE OF EDUCATION // Više na str. 40 / More on page 40  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // STICKER YOUR BRAND... / STICKER YOUR BRAND... // Više na str. 20 / More on page 20  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // ULOGA JAVNE DIPLOMACIJE... / THE ROLL OF PUBLIC... // Više na str. 21 / More on page 21  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MEGATRENDOVI... / MEGATRENDS... // Više na str. 65 / More on page 65  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // HRVATSKI TELEKOM... / CROATIAN TELEKOM... // Više na str. 75 / More on page 75



## Obrazovanje i budućnost

Obrazovanje je napokon postalo centralnom temom javne debate u Hrvatskoj. Svi se slažu da sustav obrazovanja koji trenutno imamo ne odgovara potrebama društva 21. stoljeća. Kakvo je obrazovanje koje trebamo? Kakvi su radnici za 21. stoljeće? Kako trebaju surađivati gospodarstvo i znanost? Koja je uloga gospodarstva u sustavu obrazovanja?

## The Future of Education

Education has become a central theme of the public debate in Croatia. Everyone agrees that the current educational system does not fit the needs of the 21<sup>st</sup> Century society. What kind of education do we need? What are 21<sup>st</sup> Century workers like? How should the economy and science cooperate? What is the role of economy in the educational system?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Predrag Grubić**

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



**Korado Korlević**

Zvezdarnica Višnjan, voditelj (Hrvatska)  
Višnjan Observatory, Director (Croatia)



**Boris Jokić**

Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, znanstveni suradnik / bivši voditelj Cjelovite kurikularne reforme (Hrvatska)  
Institute for Social Research in Zagreb, Research Associate / former project leader of the Complete Curricular Reform (Croatia)



**Josip Tica**

Ekonomski fakultet Zagreb, izvanredni profesor (Hrvatska)  
Faculty of Economics & Business, University of Zagreb, Associate Professor (Croatia)

### MODERATOR



**Mislav Togonal**

Hrvatska radiotelevizija (HRT), urednik i novinar (Hrvatska)  
Croatian Radiotelevision (HRT), Editor and Reporter (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // PRODUKCIJA OVO / PRODUCE THIS // Više na str. 39 / More on page 39  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // STICKER YOUR BRAND... / STICKER YOUR BRAND... // Više na str. 20 / More on page 20  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // ULOGA JAVNE DIPLOMACIJE... / THE ROLL OF PUBLIC... // Više na str. 21 / More on page 21  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MEGATRENDOVI... / MEGATRENDS... // Više na str. 65 / More on page 65  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // HRVATSKI TELEKOM... / CROATIAN TELEKOM... // Više na str. 75 / More on page 75



## Kuda ide televizija?

Televizijsko tržište prolazi kroz značajne promjene. Digitalizacija ima presudan utjecaj na buduću razvoj televizije. Rast online videa i OTT platformi mijenja način na koji dolazimo do sadržaja i kako ga konzumiramo. U ovom trenutku, online video povećao je ukupnu konzumaciju i postao komplementaran medij televiziji, ali velike promjene su odmah iza ugla. Kako će promjene u načinu konzumacije videa utjecati na televizijske kuće i hoće li ih one predvoditi? Tko su novi igrači na tržištu i što zapravo nude? Što promjene znače za korisnike?

## Where Is TV Headed?

The TV market is going through significant changes. Digitalization holds a crucial effect on the future development of television. The rise of online video and OTT platforms is changing the way we reach content and how we consume it. At this moment, online video has increased the total consumption and become a complementary medium to television, but big changes are right around the corner. How will changes in the way of consumption affect television networks and will they take the lead? Who are the new players on the market and what do they actually offer? What do these changes mean to end users?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Manja Grčić**

Antenna Group, predsjednica uprave (Srbija i Crna Gora)  
Antenna Group, CEO (Serbia and Montenegro)



**Dražen Mavrić**

Nova TV, Predsjednik uprave (Hrvatska)  
Nova TV, President of the Management Board (Croatia)



**Marijan Jurenc**

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



**Boris Trupčević**

Styria Media Groupa, generalni menadžer za Hrvatsku (Hrvatska)  
Styria Media Group, General Manager for Croatia (Croatia)

### MODERATOR



**Antonija Mandić**

Soundset radijska mreža, direktorica programa (Hrvatska)  
Soundset radijska mreža, Program Director (Croatia)

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // PROGRAMMATICA... / PROGRAMMATICA... // Više na str. 42 / More on page 42  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // RADIO REINVENTED! / RADIO REINVENTED! // Više na str. 43 / More on page 43  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // SERVICE DESIGN... / SERVICE DESIGN... // Više na str. 44 / More on page 44  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // PREZENTACIJA: INOVATIVNOST... / PRESENTATION: INNOVATION... // Više na str. 76 / More on page 76  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NOVA ERA MARKETINGA... / THE NEW ERA... // Više na str. 77 / More on page 77



## Programmatic Advertising: Pregled trendova i kako mediji mogu profitirati od *programmatica*?

Kreće li se oglašivačka industrija prema automatizaciji? Velik broj oglašivača već danas kupuje digitalne oglase bez da komunicira sa stvarnom osobom iz medijske kuće, a print i TV oglašavanje mogli bi krenuti istim putem. Unatoč početnim izazovima stvara se model poslovanja koji omogućava medijima povećanje prodaje i marži kroz istovremeno korištenje strategija direktne i automatizirane prodaje medijskog prostora. Predstavlja li automatizirano oglašavanje već sad važan dio oglašivačkih aktivnosti? Programmatic omogućava isporuku oglasa relevantnoj publici u pravom trenutku, uz prikladni sadržaj, preciznije nego što je to ikad prije bilo moguće. U kojoj mjeri su spomenuti trendovi značajni za regionalna medijska tržišta i koje su strategije optimalne za lokalne medijske igrače?

## Programmatic Advertising: Trends Overview and How Can Media Profit from it?

Is the advertising industry on a march toward automation? Plenty of advertisers today are buying digital ads without speaking to a single human at media companies, and print and TV ads might not be far behind. Despite the growing pains, a new model is emerging that might enable media to better use both direct and programmatic strategies to increase sales and margins. Is automated advertising already an important part of advertisers activities? Programmatic enables ad delivery to relevant consumers, at the right moment and alongside appropriate content, much more precisely than was possible before. To what extent are these trends relevant for regional media markets and which strategies are optimal for local media players?



POWERED BY

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Sanja Buterin**

Dentsu Aegis Network, Managing Director (Hrvatska)  
Dentsu Aegis Network, Managing Director (Croatia)



**Saša Leben**

Publicis One, CEO (Slovenija & Hrvatska)  
Publicis One, CEO (Slovenia & Croatia)



**Ana Marković**

Adria Media Group, Digital Marketing Manager (Srbija)  
Adria Media Group, Digital Marketing Manager (Serbia)



**Christopher Sima**

United Internet Media Austria, direktor (Austrija)  
United Internet Media Austria, Managing Director (Austria)

### MODERATOR



**Diana Dumanić**

RedView Media, direktorica (Hrvatska)  
RedView Media, Director (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KUDA IDE TELEVIZIJA? / WHERE IS TV HEADED? // Više na str. 41 / More on page 41  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // RADIO REINVENTED! / RADIO REINVENTED! // Više na str. 43 / More on page 43  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // SERVICE DESIGN... / SERVICE DESIGN... // Više na str. 44 / More on page 44  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // PREZENTACIJA: INOVATIVNOST... / PRESENTATION: INNOVATION... // Više na str. 76 / More on page 76  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NOVA ERA MARKETINGA... / THE NEW ERA... // Više na str. 77 / More on page 77



## Radio Reinvented!

Godinama se činilo kako radio kao medij nema svijetlu budućnost zbog digitalizacije. Ipak, vrijeme je pokazalo suprotno. Življi negoli se mislilo, radio je medij koji pokazuje rast oglašivačkih budžeta. Radiji su odlučili biti inovativni: sve se češće mogu primijetiti razni eksperimenti s integriranjem radija i interneta, proizvodnjom videa, podcastima i livestreamovima. Na radijskim konferencijama već se raspravlja kako će radio izgledati kada dođu samovozeći automobili, a već vidimo i kako mnoge radijske stanice uspješno koriste mogućnosti koje donosi digitalno okruženje. Kamo ide radio? Kako se razvijaju domaće, a kako globalne radijske stanice? Koji su novi poslovni modeli?

## Radio Reinvented!

For years it seemed that radio as a medium had a not so bright future because of digitalization. However, time has shown the opposite. Livelier than one thought, radio is a medium that shows the growth of advertising budgets. So radios decided to be innovative. We can notice more and more various experiments with integrating radio and the Internet, video production, podcasts and live streams. At radio conferences there have already been discussions on how radio will look like when people get self-driving cars and we already see many radio stations that have successfully used the opportunities that were brought by the digital environment. Where is radio headed? How are local and global stations developed? What are the new business models?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Predrag Anđelković**

S media team, generalni direktor (Srbija)  
S media team, CEO (Serbia)



**Dario Antunović**

Narodni radio, programski direktor (Hrvatska)  
Narodni radio, Program Director (Croatia)



**Nejc Tisu**

Infonet Media Group, kreativni direktor (Slovenija)  
Infonet Media Group, Creative Director (Slovenia)



**Adis Kadrić**

RSG Media Group, izvršni direktor (Bosna i Hercegovina)  
RSG Media group, Executive Director (Bosnia and Herzegovina)



**Paul Sylvester**

Absolute Radio, direktor sadržaja (Velika Britanija)  
Absolute Radio, Content Director (UK)

### MODERATOR



**Silvija Londero**

Media servis, direktorica i glavna urednica (Hrvatska)  
Media servis, Director and Editor in Chief (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KUDA IDE TELEVIZIJA? / WHERE IS TV HEADED? // Više na str. 41 / More on page 41  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // PROGRAMMATIC... / PROGRAMMATIC... // Više na str. 42 / More on page 42  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // SERVICE DESIGN... / SERVICE DESIGN... // Više na str. 44 / More on page 44  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // PREZENTACIJA: INOVATIVNOST... / PRESENTATION: INNOVATION... // Više na str. 76 / More on page 76  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NOVA ERA MARKETINGA... / THE NEW ERA... // Više na str. 77 / More on page 77



## Service Design – Kako dizajnirati korisničko iskustvo?

Kad je Ford prodavao prve automobile, svi su bili jednaki. Pitanje prodaje je bilo pitanje potencijala proizvodnje - ako si proizvod mogao proizvesti po prihvatljivoj cijeni, mogao si ga i prodati. Razvoj industrije je doveo do toga da postoje stotine sličnih proizvoda. Bili su malo bolji ili lošiji, malo jeftiniji ili skuplji. Dizajn proizvoda i industrijski dizajn su dobili na važnosti. Usluge su u većem dijelu strukturirane kao popratni dio poslovanja. Sve većim rastom udjela usluga i uslužnih djelatnosti dizajn usluga postaje sve značajniji faktor u poslovanju. Kako se dizajnira usluga i iskustvo? Koji dijelovi tvrtke sudjeluju u dizajnu usluga? Kako fokus na korisničko iskustvo mijenja tvrtku?

## Service Design – How to Design User Experience?

When Henry Ford started selling the first automobiles they were all the same. The question of sale was the question of production potential - if you could create a product at an acceptable price you could also sell it. Industry growth has resulted in hundreds of similar products. Some were a little bit better, some were worse, some were cheaper and some more expensive. Product design and industrial design have gained importance. Services are mostly structured as a supporting part of business. With the growth of services and service activities, service design is becoming a more significant factor in business. How do we design services and experience? Which parts of a company participate in service design? How does focus on user experience change the company?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Marzia Aricò**

Livework, savjetnica za Service Design i strategiju (Nizozemska)  
Livework, Service Design and Strategy Consultant (Netherlands)



**Luka Baranović**

Hrvatski Telekom, Direktor za upravljanje korisničkim iskustvom (Hrvatska)  
Croatian Telecom, Customer Experience Management Director (Croatia)

### MODERATOR



**Tamas Lengyel**

Deutsche Telekom, Customer Experience Engagement Lead  
Headquarter Deutsche Telekom (Njemačka)  
Deutsche Telekom, Customer Experience Engagement Lead  
Headquarter Deutsche Telekom (Germany)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KUDA IDE TELEVIZIJA? / WHERE IS TV HEADED? // Više na str. 41 / More on page 41  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // PROGRAMMATIČNI... / PROGRAMMATIC... // Više na str. 42 / More on page 42  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // RADIO REINVENTED! / RADIO REINVENTED! // Više na str. 43 / More on page 43  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // PREZENTACIJA: INOVATIVNOST... / PRESENTATION: INNOVATION... // Više na str. 76 / More on page 76  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NOVA ERA MARKETINGA... / THE NEW ERA... // Više na str. 77 / More on page 77



## BalCannes Export Report

Puno je kreativnosti za ovako mali prostor i zato je vrijeme za izvoz naše genijalnosti! Na BalCannes Export Report panelu razgovarat ćemo s agencijama koje uspješno posluju izvan granica regije. Oni kojima to polazi za rukom upoznat će nas s izazovima koje nosi izvoz kreativnosti, kako je to surađivati s klijentima iz drugih zemalja i kako dobiti pitch na tuđem terenu.

## BalCannes Export Report

There is a lot of creativity for our small market which is why we need to export our ingenuity! BalCannes Export Report will host agencies that are doing business successfully outside regional borders. Those who have been successful will share some challenges brought on by the export of creativity, what it's like to work with international Clients and how to win pitches abroad.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Luka Abrus**

Five CEO, Shoutem partner (Hrvatska/SAD)  
Five CEO, Shoutem partner (Croatia/USA)



**Sašo Dimitrievski**

Pristop skupina, Partner i član uprave (Slovenija)  
Pristop Group, Partner and Board Member (Slovenia)



**Davor Bruketa**

Bruketa&Žinić OM / HURA, kreativni direktor i suvlasnik / predsjednik Uprave (Austrija, Azerbajdžan, Hrvatska, Srbija)  
Bruketa&Žinić OM / HURA, Creative Director and Co-Owner / President of Board (Austria, Azerbaijan, Croatia, Serbia)



**Srđan Šaper**

I&F McCann Grupa, osnivač (Srbija)  
I&F McCann Group, Founder (Serbia)

### MODERATOR



**Nikola Vrdoljak**

404, direktor (Hrvatska)  
404, Director (Croatia)

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // NEW MEDIA AND SOCIAL... / NEW MEDIA AND SOCIAL... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NOĆNI ŽIVOT 2.0 / NIGHTLIFE 2.0 // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BLOCKCHAIN... / BLOCKCHAIN... // Više na str. 47 / More on page 47  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // GEN X TODAY... / GEN X TODAY... // Više na str. 78 / More on page 78  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NAKON DEADLINEA... / POST DEADLINE... // Više na str. 79 / More on page 79





## Noćni život 2.0

Noćni život definira današnje destinacije više nego ikad prije u povijesti. On je jedan od glavnih razloga dolaska turista kao i važan ekonomski faktor pojedinog grada. Noćni život također je i rasadnik talenata iz svih sfera umjetnosti, pokretačka sila mode, kulture, glazbe i trendova. Daje važnost slici i brendiranju grada. Vibrantan noćni život jedan je od ključnih pokazatelja kvalitete života, ekonomske poslovne klime, ali i stvaranja destinacije. Velika želja gradova jest ta da žele biti 24-satni. No, gradovi također moraju ostati lijepa mjesta za ljude koji u njima rade, žive i spavaju. Nije uvijek lako naći ravnotežu između dnevnog i noćnog života. Kako bolje razumjeti probleme i kako ih sagledati sa svih strana? Koja su inovativna rješenja i na koji način svi mogu profitirati od suživota dnevnog i noćnog grada? Na panelu će o svim navedenim aspektima noćnog života, kao i suživotu s dnevnim životom gradova, razgovarati vodeći predstavnici noćnog života regije.

## Nightlife 2.0

Nightlife has been defining today's destinations more than ever. It is one of the main reasons tourists visit a city as well as an important economic factor for each city. The nightlife is also a talent hothouse of all art spheres ranging from fashion, culture, music and trends. It gives importance to the branding of the city. A vibrant nightlife is one of the key indicators of the quality of life, the economic climate as well as destination creation. A big wish of most cities is to be a 24-hour destination. But cities also have to stay pretty and scenic for those who work, live and sleep in them. It is not always easy to find a balance between the daily life and nightlife. How can we understand these issues and perceive them from all angles? What are the innovative solutions and how can daily life and nightlife make the biggest profit? This panel will feature the leading regional nightlife representatives who will discuss all stated aspects of nightlife as well as coexistence with the daily life.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Pero Di Reda Peppe**

The Tube - Lasta - Brankow - Mladost - Sloboda, art direktor (Srbija)  
The Tube - Lasta - Brankow - Mladost - Sloboda, Art Director (Serbia)



**Zvezdan Simić Zeds**

Sladica, DJ, Slovenija  
Sladica, DJ, Slovenia

### MODERATOR



**Tomo Ricov**

Pepermint, direktor (Hrvatska)  
Pepermint, Director (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES EXPORT... / BALCANNES EXPORT... // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // NEW MEDIA AND SOCIAL... / NEW MEDIA AND SOCIAL... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BLOCKCHAIN... / BLOCKCHAIN... // Više na str. 47 / More on page 47  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // GEN X TODAY... / GEN X TODAY... // Više na str. 78 / More on page 78  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NAKON DEADLINE... / AFTER THE DEADLINE... // Više na str. 79 / More on page 79



## Blockchain – ubojica birokracije

Možete li zamisliti svijet u kojem ne trebate javnog bilježnika, već svaki ugovor ovjerite samo jednim klikom? Možete li zamisliti svijet u kojem rodni list, vjenčani list ili svaki drugi dokument možete dobiti u bilo kojem trenutku od bilo gdje besplatno? Ili svijet u kojem novac prebacite prijatelju u Kanadu također besplatno? Taj svijet je moguć kroz blockchain, tehnologiju koja se nalazi iza najpoznatije virtualne valute Bitcoin. Iako je najpoznatija primjena blockchaine u valutama, mogućnosti koje njen razvoj pruža su daleko veće i imaju potencijal u potpunosti promijeniti svijet oko nas. Banke i razni fondovi već su investirali milijarde dolara u razvoj blockchaine. Koje su njegove mogućnosti? Tko se bavi blockchainom? Kako on funkcionira? I najvažnije, kako će to utjecati na vaš život i na život vašeg bilježnika?

## Blockchain – The Bureaucracy Killer

Imagine a world in which you don't need a public notary, instead you can notarize every contract with just a click? Imagine a world where your birth certificate, wedding certificate and every other document can be accessed in any moment anywhere for free? Or maybe even a world where you can transfer money to your friend in Canada for no fee? This world is possible through blockchain, a technology found behind the world famous virtual currency Bitcoin. Even though blockchain's claim to fame is used for currencies, its emerging possibilities are far greater and have the potential to completely change the world around us. Banks and various funds have already invested billions of dollars into blockchain's development. What are its possibilities? Who deals with blockchain? How does it function? Last but not most important, how will it affect ours and our notary's life?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Nikola Jokić**

Krypto Investment Partners, suosnivač (Hrvatska)  
Krypto Investment Partners, Co-Founder (Croatia)



**Milovan Pasini**

Krypto Investment Partners, suosnivač (Hrvatska)  
Krypto Investment Partners, Co-Founder (Croatia)

### MODERATOR



**Ida Prester**

glazbenica / TV voditeljica / novinarka (Hrvatska/Srbija)  
Musician / TV Host / Journalist (Croatia/Serbia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES EXPORT... / BALCANNES EXPORT... // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // NEW MEDIA AND SOCIAL... / NEW MEDIA AND SOCIAL... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NOĆNI ŽIVOT 2.0 / NIGHTLIFE 2.0 // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // GEN X TODAY... / GEN X TODAY... // Više na str. 78 / More on page 78  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NAKON DEADLINE... / POST DEADLINE... // Više na str. 79 / More on page 79



## Crno na bijelo

Velik broj autora pisao je o značajnoj ulozi tiskanih medija u nedavnoj kampanji za i protiv Brexita. U Hrvatskoj smo pratili kako je tisak s nizom članaka utjecao na pad Vlade. Iako mu nezaustavljivo pada naklada, ključni medij u političkoj raspravi i dalje je tisak. Tekst objavljen u tisku doseg ostvaruje uglavnom kroz druge medije, ali objava u tisku i dalje donosi kredibilitet i važnost. Zašto je tome tako? Što tisak čini drugačijim od ostalih medija? Je li važnost koju pridajemo tisku samo zaostatak nekog prošlog vremena ili postoje stvarni razlozi za to?

## Black on White

A large number of authors have written about the significant role of print media in the recent campaign for and against Brexit. In Croatia we followed print and a series of articles that have affected the fall of the Government. Even though circulation is in an inevitable downward slope, the key media in the political debate remains to be printed. An article published in print achieves its reach mostly through other media, but a printed release still brings credibility and importance. Why is that so? What makes print different from other media? Is the significance we give to print just a remnant from a past time or are there real reasons for it?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Ratko Femić**

Kurir, glavni i odgovorni urednik (Srbija)  
Kurir daily, Editor-in-Chief (Serbia)



**Senka Kurt**

Dnevni avaz, direktor medija (BiH)  
Dnevni avaz, Media Director (BiH)



**Dražen Klarić**

Večernji list, glavni urednik (Hrvatska)  
Večernji list, Editor in Chief (Croatia)



**Goran Ogurlić**

Jutarnji list, glavni urednik (Hrvatska)  
Jutarnji list, Editor in Chief (Croatia)

### MODERATOR



**Mislav Bago**

Nova TV, urednik (Hrvatska)  
Nova TV, Editor (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE... / BALCANNES PRESENTING... // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // BRZI I ŽESTOKI... / FAST AND FURIOUS... // Više na str. 49 / More on page 49  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // INFLUENCE OR DIE / INFLUENCE OR DIE // Više na str. 50 / More on page 50  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // KAKO OSIGURATI KVALITETAN... / BEST PRACTICE... // Više na str. 66 / More on page 66



## Brzi i žestoki – Gaming industrija u regiji

Daljnji rast penetracije smartphonea i širenje broadbanda omogućili su novi skok gaming industrije na nevjerojatne 74 milijarde dolara u 2015. godini. Tvrtke u ovom segmentu rastu velikom brzinom, a vrlo uspješne predstavnike imamo i u ovoj regiji. Javnost ih je donedavno gledala kao pametne klince, dok danas od njih možemo jako puno naučiti. Kako funkcionira ovo globalno tržište? Kako se tvrtke iz ove regije snalaze u globalnom natjecanju? Kakve su korporativne kulture, kako se gradi globalna marketinška strategija te kako se razvijaju talenti i biznis? Tko su uopće ključni akteri gaming industrije u ovoj regiji?

## Fast and Furious – The Regional Gaming Industry

The further growth of the smartphone penetration and the dissemination of broadband have enabled a new leap in the gaming industry to an unbelievable 74 billion dollars in 2015. Companies in this segment are growing with such velocity, and we are proud to have some of the key representatives in this region. The public has perceived them as geeks, but we can learn so much from them today. How does this global market function? How do the companies from this region compete on a global scale? What are their corporate cultures, how do they build global marketing strategies and develop talent and business? Who are the actual key players in the gaming industry in this region?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Nikola Čavić**

Nordeus, Head of Business Development (Srbija)  
Nordeus, Head of Business Development (Serbia)



**Alan Sumina**

Nanobit, suosnivač i direktor (Hrvatska)  
Nanobit, Co-founder and General Manager (Croatia)



**Damir Đurović**

Reboot, direktor (Hrvatska)  
Reboot, CEO (Croatia)

### MODERATOR



**Antonija Mandić**

Soundset radijska mreža, direktorica programa (Hrvatska)  
Soundset radijska mreža, Program Director (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE... / BALCANNES PRESENTING... // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // CRNO NA BIJELO / BLACK ON WHITE // Više na str. 48 / More on page 48  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // INFLUENCE OR DIE / INFLUENCE OR DIE // Više na str. 50 / More on page 50  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // KAKO OSIGURATI KVALITETAN... / BEST PRACTICE... // Više na str. 66 / More on page 66



## Influence or Die

Društvene mreže omogućile su pojedincima dopiranje do velikog broja ljudi i bez korištenja tradicionalnih medija. Najutjecajniji među njima postali su ono što danas zovemo influencerima. Influenceri su ljudi koje prati određena publika na koju mogu utjecati. Marketinške aktivnosti se tako mogu prema ciljnoj skupini usmjeravati kroz njih. Mnogi od regionalnih influencera postali su iznimno utjecajni u javnom i medijskom životu. Značaj influencera raste, a s njima i marketinške strategije kako ih pravilno koristiti. Što je dobar influencer i kako ga angažirati? Može li se influencer stvoriti? Kako influenceri vide suradnju s agencijama i klijentima? Je li biti influencer posao ili strast?

## Influence or Die

Social media have enabled individuals to reach a massive number of people without using traditional media. The most influential of those individuals have become what we today tend to call – influencers. Influencers are people who are followed by a certain audience that they can affect. Therefore, marketing activities can be focused according to the target group through them. Many regional influencers have become extremely important in the public and media life. The importance of influencers is growing, and along with them the marketing strategies on how to utilize them properly. What is a good influencer and how to engage one? Can an influencer be made? How do influencers see the cooperation with agencies and clients? Is being an influencer a job or passion?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Romano Bolković**  
Jabuka TV, suvlasnik i glavni urednik (Hrvatska)  
Jabuka TV, Co-Owner and Editor in Chief (Croatia)

**Nikica Gabrić**  
Klinika Svjetlost, ravnatelj (Hrvatska)  
Svjetlost Eye Clinic, Director (Croatia)

**Saša Cvetojević**  
Insako, direktor (Hrvatska)  
Insako, Director (Croatia)

**Berislav Jelinić**  
Nacional News Corporation / Nacional, direktor / glavni urednik (Hrvatska)  
Nacional News Corporation / Nacional, Director / Editor in Chief (Croatia)

### MODERATOR

**Mario Petrović**  
Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment, vlasnik i predsjednik Upravnog vijeća (Hrvatska)  
Edward Bernays College for Communication Management, Founder and Board of Governors President (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE... / BALCANNES PRESENTING... // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // CRNO NA BIJELO / BLACK ON WHITE // Više na str. 48 / More on page 48  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // BRZI I ŽESTOKI... / FAST AND FURIOUS... // Više na str. 49 / More on page 49  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // KAKO OSIGURATI KVALITETAN... / BEST PRACTICE BRAND... // Više na str. 66 / More on page 66



## Retail - najbrže rastuće tržište

Retail je najbrže rastući segment tržišta oglašavanja. Na svim tržištima regije osjeti se zaoštavanje tržišne utakmice između najjačih trgovačkih lanaca. Tržišna utakmica prenijela se i na oglašavanje gdje možemo vidjeti sve bolje i zanimljivije strategije. Kako se gradi marketinška strategija u visoko kompetitivnoj industriji? Jesmo li vidjeli vrhunac kategorije u medijskoj investiciji? Je li trenutno natjecanje održivo te hoće li se investicije smanjiti ili će pojedini igrači otpasti? Hoće li trgovački lanci više ući u nove medije ili će fokus i dalje ostati na TV-u?

## Retail - The Fastest Growing Market

Retail is the fastest growing segment in the advertising market. A sharpening of the market game is currently present in the regional markets between the largest retailers. The market game has also transferred into advertising where we can see better and more interesting strategies. How to build a marketing strategy in a highly competitive industry? Have we seen the category peak in the media investment? Is the current competition sustainable or will the investments decrease or maybe even some players fall out? Will retailers enter into new media or will they still focus on TV?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:

**Valentin Bufolin**  
Lidl Slovenija, Marketing Manager (Slovenija)  
Lidl Slovenia, Marketing Manager (Slovenia)

**Dubravka Štefanac Vinovrški**  
dm-drogerie markt, menadžerica marketinga i PR-a (Hrvatska)  
dm-drogerie markt, Marketing and PR Manager (Croatia)

**Viktorija Radojević**  
Mercator, Agrokor, predstavnik za marketing (Slovenija)  
Mercator, Agrokor, Marketing Representative (Slovenia)

**Vedran Vereš**  
Universal McCann, Client Service Director (Hrvatska)  
Universal McCann, Client Service Director (Croatia)

### MODERATOR

**Marijana Novak**  
Pro media group, Business Director (Hrvatska)  
Pro media group, Business Director (Croatia)

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // FUTURE TRENDS... / FUTURE TRENDS... // Više na str. 23 / More on page 23  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NA ZAHTJEV / ON DEMAND // Više na str. 52 / More on page 52  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TALKING TURKEY... / TALKING TURKEY... // Više na str. 24 / More on page 24  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BIG BANG... / BIG BANG... // Više na str. 67 / More on page 67



## Na zahtjev

Moderan potrošač želi sam odlučiti kako će i kada konzumirati sadržaj. Tržište videa na zahtjev (video on demand - VOD) značajno raste i očekuje se da će doseći 90 milijardi dolara do 2020. godine. Koji su ključni trendovi na tržištu VOD-a? Koji su trendovi u razvoju SVOD-a (streaming video on demand)? Koji je značaj SVOD-a za telekompanije? Kako monetizirati sadržaj? Kakvo je mobilno korištenje OTT (over the top) platformi? Kako se boriti s *torrentima*?

## On Demand

The modern consumer wants to make his own decision when it comes to content consumption. The "Video on Demand" market has experienced significant growth and is expected to reach 90 billion USD by 2020. What are the key trends on the VOD market? What are the trends in the SVOD development? What is the significance of SVOD for telecoms? How to monetize content? What is mobile usage o OTT platforms like? How to fight torrents?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



#### Sanja Božić Ljubičić

Pickbox, Mediatranslations i Mediavision, glavna izvršna direktorica i vlasnica (Hrvatska)  
Pickbox, Mediatranslations and Mediavision, CEO and Owner (Croatia)



#### Bojana Matović

Telekom Srbija, direktor Samostalnog sektora za upravljanje sadržajima (Srbija)  
Telekom Srbija, Director of Autonomous Content Management Department (Serbia)



#### Richard John Brešković

Hrvatski Telekom, direktor sektora marketinga za privatne korisnike (Hrvatska)  
Croatian Telecom, Director of Residential Marketing Sector (Croatia)



#### Tomislav Vinceković

Blitz film i video distribucija, član Uprave i izvršni direktor za prodaju (Hrvatska)  
Blitz film i video distribucija, Board Member & Vice President Sales (Croatia)

### MODERATOR



#### Bojan Mušćet

Hrvatski Telekom, stariji stručnjak za komunikacije (Hrvatska)  
Croatian Telecom, Senior Communication Expert (Hrvatska)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // RETAIL... / RETAIL... // Više na str. 51 / More on page 51  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // FUTURE TRENDS... / FUTURE TRENDS... // Više na str. 23 / More on page 23  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TALKING TURKEY... / TALKING TURKEY... // Više na str. 24 / More on page 24  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BIG BANG... / BIG BANG... // Više na str. 67 / More on page 67



## Globalni brendovi

Stvoriti brend je kompleksno, a stvoriti globalni brend još mnogo puta kompleksnije. Brend komunicira sa svojom okolinom, publikom i kontekstom. Mnogi brendovi koji su prisutni kod nas moraju funkcionirati u mnogim različitim kulturama, na različitim jezicima i u potpuno drugačijim okruženjima. Kako se vodi globalni brend? Kako isti brend funkcionira u različitim državama i kulturama? Kako funkcioniraju globalne kampanje te mora li se brend prilagođavati lokalnim kontekstima?

## Global Brands

It is complicated to create a brand, but it is even more complex to create a global brand. The brand communicates with its environment, the public and context. Many brands that are present here have to function in other cultures, in different languages and in completely different surroundings. How do you manage a global brand? How does the same brand function in different countries and cultures? How do global campaigns function and does the brand have to adapt to local contexts?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



#### John Brady

British American Tobacco, direktor marketinga (Adria Cluster - Hrvatska, BiH & Slovenija)  
British American Tobacco, Head of Marketing (Adria Cluster - Croatia, BiH & Slovenia)



#### Roberto Giugliano

Heineken Hrvatska, direktor marketinga (Hrvatska)  
Heineken Hrvatska, Marketing Director (Croatia)



#### Martina Ćurić

Schneider Electric, voditelj marketinga i komunikacija (Gulf zemlje i Pakistan)  
Schneider Electric, Field Marketing Manager (Gulf countries and Pakistan)



#### Vesna Vlahović-Dašić

The Coca-Cola Company, direktorica marketinga, Adria & Bugarska  
The Coca-Cola Company, Marketing Manager, Adria & Bulgaria

### MODERATOR



#### Olivera Perković

McCann Beograd, Managing Director (Srbija)  
McCann Beograd, Managing Director (Serbia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // ONE ON ONE / ONE ON ONE // Više na str. 26 / More on page 26  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // A GREAT PLACE... / A GREAT PLACE... // Više na str. 27 / More on page 27  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TWENTY-THREE MINUTES / TWENTY-THREE MINUTES // Više na str. 25 / More on page 25  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // I DIDN'T SIGN UP... / I DIDN'T SIGN UP... // Više na str. 68 / More on page 68  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SNAPUP... / SNAPUP... // Više na str. 93 / More on page 93



## Povratak u budućnost

Digital, social, selfie, likeovi, shareovi, subscriberi, fanovi, followeri, feedovi, clipovi, statusi i još mnogo drugih novih riječi je postalo dijelom našeg svakodnevnog rječnika, a da ih još nismo ni preveli kako treba na "domaće" jezike. Treba li bolji dokaz koliko se radikalno promijenio svijet komunikacija? A koliko stvarno razumijemo značenje tih riječi koje tako samouvjerenost koristimo? Tko o tome može suvislo i relevantno govoriti? Je li pravi sugovornik iskusni marketinški stručnjak i praktičar s više od 20 godina uspješne međunarodne karijere koji je svjestan da mora ponovno u prvi razred? Ili možda student koji je iz zabave sa par prijatelja počeo snimati vlastite dogodovštine pa ih onda stavljati na internet, a čiji YouTube kanal danas predstavlja pravi medijski fenomen u regiji? Ili je možda najbolje čuti one koji taj život žive, a koji su jedva dobacili do dvoznamenkastog broja svojih godina života i koji su, prije nego što su izgovorili riječ "mama", znali kako scrollati po ekranu mobilnog telefona? Dakle, na ovom panelu ćete imati rijetku priliku sve ih vidjeti na jednom mjestu i to istovremeno. Bit će tu:

Branimir Brkljač, iskusni početnik koji je nakon više od dvadeset godina u marketingu osnovao kreativni centar »Mokrin House« u vojvodanskom selu Mokrin;

Milan Inić, jedan od najuspješnijih Youtubera s ovih prostora čiji kanal »Yasserstain« danas ima skoro 400 tisuća pretplatnika (sorry – subscribera) i preko sto milijuna pregleda;

Lara, Nika, Jan Aleksandar... generacija koja je rođena i odrasta u svijetu koji smo do jučer mogli gledati u SF filmovima i koji nam svakodnevno demonstriraju da je budućnost koju još ne razumijemo već stigla.

## Back to the Future

Digital, social, selfie, likes, shares, subscribers, fans, followers, feeds, clips, statuses and many other new words have become a part of our daily vocabulary and we haven't even had the time to translate them to our 'local' languages. Do we need a better proof that the communication world has gone through a radical change? How much do we really understand the meaning of these words that we use so confidently? And who can talk about this in a coherent and relevant manner? Is the perfect speaker an experienced marketing expert with a successful 20-year international career who is aware that he has to start from scratch? Or maybe the student who, just for fun, records his own adventures with a couple of friends and then uploads them online, and whose YouTube channel became a true media phenomenon in the region. Or maybe we should hear from those who embraced this lifestyle before they reached a double-digit age number and who knew how to scroll down newsfeeds before they even learned to say the word »mom«. Well, this panel will give you a rare opportunity to see all of them in one place and at the same time. They are:

Branimir Brkljač, an experienced beginner, who after more than 20 years in marketing founded the »Mokrin House« creative center in the Vojvodina village of Mokrin.

Milan Inić, one of the most successful YouTubers from the region whose channel »Yasserstain« has over 400 thousand subscribers and over 100 million views.

Lara, Nika, Jan Aleksandar... a generation who was born and is growing up in a world which we could only imagine in Sci-Fi movies and who demonstrate daily that the future we don't understand is already here.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:

**Lara Borna Brkljač**  
(10, Hrvatska) / (10, Croatia)

**Anastasija Ćurčić**  
(13, Srbija) / (13, Serbia)

**Jan Aleksandar Dimitrievski**  
(14, Slovenija) / (14, Slovenia)

**Nika Vlaović**  
(12, Hrvatska) / (12, Croatia)

**Milan Inić**

**Yasserstain (Srbija)**  
Yasserstain (Serbia)

**Milica Pajčin Leni**

**Yasserstain (Srbija)**  
Yasserstain (Serbia)

### MODERATOR

**Branimir Brkljač**

**Terra Panonica, osnivač (Srbija)**  
Terra Panonica, Founder (Serbia)

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO BORAC // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NATIVE ADVERTISING... / NATIVE ADVERTISING... // Više na str. 55 / More on page 55  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // GLAVE PROSTO LETE... / HEADS ARE LITERALLY... // Više na str. 56 / More on page 56  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BRZI SERVIS COPYJA... / QUICK COPY REPAIR... // Više na str. 69 / More on page 69  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // WHATSUPCROATIA... / WHATSUPCROATIA... // Više na str. 81 / More on page 81



## Native Advertising - To Be or Not to Be, That Is the Question

Native advertising kao dio content marketinga ubrzano raste zadnjih godina. Usporedo s tim rastom native je proizvod koji i dalje izaziva brojne polemike. S jedne strane mnogi su sretni jer je napokon pronaden model koji može donijeti nove priloge medijima, dok s druge strane mnogi u nativeu vide kraj novinarstva.

Što je stvarno native advertising? Označava li kraj novinarstva ili spašava medije? Kako se mjeri i čemu služi?

## Native Advertising - To Be or Not to Be, That Is the Question

Native advertising, as part of content marketing, has shown significant growth in the past few years. Compared to this growth, native is a product that still generates numerous controversies. On the one hand, many are happy because there is finally a model that can bring new profits to the media, while on the other hand many see the end of journalism in native advertising. What really is native advertising? Does it mark the end of journalism or is it saving the media? How do we measure it and what is it for?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:

**Kamilo Antolović**

**Stalni sudski vještak za oglašavanje (Hrvatska)**  
Permanent Court Expert for Advertising (Croatia)

**Branka Bajt**

**Hrvatski Telekom, direktorica medijskih i digitalnih usluga te tportala (Hrvatska)**  
Hrvatski Telekom, Director of Media and Digital Services & tportal.hr (Croatia)

**Ivan Brezak Brkan**

**Netokracija, osnivač i glavni urednik (Hrvatska)**  
Netokracija, Founder and Editor in Chief (Croatia)

**Ivica Žigić**

**HEP, direktor korporativnih komunikacija (Hrvatska)**  
HEP, Corporate Communications Manager (Croatia)

### MODERATOR

**Gordana Galović**

**404, content direktor (Hrvatska)**  
404, Content Director (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // POVRAK U BUDUĆNOST / BACK TO THE FUTURE // Više na str. 54 / More on page 54  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO BORAC // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // GLAVE PROSTO LETE... / HEADS ARE LITERALLY... // Više na str. 56 / More on page 56  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BRZI SERVIS COPYJA... / QUICK COPY REPAIR... // Više na str. 69 / More on page 69  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // WHATSUPCROATIA... / WHATSUPCROATIA... // Više na str. 81 / More on page 81

POWERED BY

**PIKNIK**

THINK & DRINK



## Glave prosto lete koliko je misao slobodna - Satira u medijima

Razgovor o stupnju slobode izražavanja u regiji, posebno o prostoru za satiru i humor. Dati će odgovore na pitanja kao što su što je predmet moderne satire, što se promijenilo iz vremena devedesetih, kolika je danas tolerancija političkih elita prema satiri, kakav je odnos medija prema satiri, osnažuje li satiru jača kontrola medija, je li satira danas nadnacionalna ili hermerirana u svojoj sredini, i konačno, je li opasno biti satiričar.

## Heads Are Literally Rolling From Free Thoughts - Satire in the Media

A conversation on the degree of free speech in the region, especially regarding satire and humour. Answers will be given to questions about the subject of satire; what has changed from the nineties; what is the tolerance of today's political elite towards satire; how do the media treat satire; does media control make satire stronger; is today's satire supranational or closed off in its surroundings - and finally - is it dangerous to be satirist.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Zoran Kesic**

TV voditelj i autor humorističke emisije "24 minuta" na TV B92 (Srbija)  
TV Anchor and Author of comedy show "24 minuta" on TV B92 (Serbia)



**Srđan Puhalo**

bloger (BiH)  
Blogger (BiH)



**Josip Pejakovic**

glumac (BiH)  
Actor (BiH)



**Borna Sor**

News bar, novinar, urednik i glumac (Hrvatska)  
News bar, Journalist, Editor and Actor (Croatia)



**Dragoljub Draža Petrović**

kolumnist i glavni i odgovorni urednik Danas-a (Srbija)  
Columnist and Editor in Chief of Danas (Serbia)



**Domagoj Zovak**

News bar, novinar, urednik i glumac (Hrvatska)  
News bar, Journalist, Editor and Actor (Croatia)

### MODERATOR



**Tihomir Ladišić**

Adria News, direktor programa i vijesti N1 Hrvatska (Hrvatska)  
Adria News, Director of program and News N1 Croatia (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // POVRATAK U BUDUĆNOST / BACK TO THE FUTURE // Više na str. 54 / More on page 54  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO BORAC // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NATIVE ADVERTISING... / NATIVE ADVERTISING... // Više na str. 55 / More on page 55  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BRZI SERVIS COPYJA... / QUICK COPY REPAIR... // Više na str. 69 / More on page 69  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // WHATSUPCROATIA... / WHATSUPCROATIA... // Više na str. 81 / More on page 81



## Millennials preuzimaju svijet

Millennials, generacija rođena u osamdesetima, koja je punoljetnost dosegla u dvijetisućitima, trenutno je ključna ciljna publika velikom broju brendova. Oni su prva generacija koja živi u globalnom svijetu te koja je bila dovoljno mlada da bude digitalna, a opet dovoljno stara da zna da postoji svijet prije pametnih telefona. Starije generacije ih smatraju umišljenima i narcisoidnima, dok istraživanja pokazuju da su tolerantniji i samouvjereniji od svojih roditelja. Kako god ih promatrali, brendovi ih moraju razumjeti jer millennials preuzimaju svijet. Što znamo o millennials? Kakvi su globalno, a kakvi u našoj regiji? Na koji način percipiraju svijet, a kako ga žele promijeniti?

## Millennials Taking Over the World

Millennials, or the generation born in the 80s, who reached their adulthood in the 2000s, is currently the key target audience to a large number of brands. They are the first generation that lives in a global world and the first generation young enough to be digital, yet old enough to know that there was a world before smartphones. Older generations think of them as conceited and narcissistic, while research shows that they are more tolerant and confident than their parents. Whichever way you look at it, brands need to understand them because the millennials are taking over the world. What do we know about the millennials? What are they like globally, and what are they like in our region? How do they perceive the world, and how do they want to change it?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Ivan Janičić Westerveen**

Publicis One, Associate Creative Director (Srbija)  
Publicis One, Associate Creative Director (Serbia)



**Katarina Pribičević**

McCann Beograd, direktorica strateškog planiranja (Srbija)  
McCann Beograd, Strategic Planning Director (Serbia)



**Nataša Mohorč Kejžar**

Ipsos, direktorica (Slovenija)  
Ipsos, Director (Slovenia)



**Marija Matić**

Direct Media, Media planning Director (Srbija)  
Direct Media, Media planning Director (Serbia)

### MODERATOR



**Iva Šulentić**

televizijska i radijska voditeljica (Hrvatska)  
Television and Radio Presenter (Croatia)

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

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DIGITALNI KAOS / DIGITAL CHAOS // Više na str. 58 / More on page 58  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // POLITIČKI SAVJETNICI... / POLITICAL ADVISORS... // Više na str. 59 / More on page 59  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BUDUĆNOST JE SADA / THE FUTURE IS NOW // Više na str. 60 / More on page 60  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IBM DESIGN THINKING / IBM DESIGN THINKING // Više na str. 70 / More on page 70  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // MAKEDONIJA... / MACEDONIA... // Više na str. 82 / More on page 82  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // ISKUSTVO CRNE GORE... / THE MONTENEGRO EXPERIENCE... // Više na str. 83 / More on page 83



## Digitalni kaos

Sve se medijizira. Pokušaj puča u Turskoj pratili smo skoro pa uživo. Kamere raznih medija su bile sveprisutne, društvene mreže su gorjele, mobiteli su snimali. Svaki korak suvremenog života je medijski popraćen. Sve se digitalizira. Glazba je nekad bila teško dostupna roba po koju se išlo u Trst ili Beč. Danas je do sve glazbe moguće doći odmah. Glazba se više ne posjeduje, već se za nju traži pristup. Medijizacija i digitalizacija mijenjaju naše okruženje i naše živote svakodnevno. Jesu li te promjene pozitivne ili negativne? Koja je bit same promjene, a koje su posljedice na našu svakodnevnicu? Kako to izgleda iz perspektive pojedinca, kako to percipiraju glazbenici i njihova publika?

## Digital Chaos

Everything is in the media. The attempt of the coup in Turkey was literally followed live. The cameras of various media houses were omnipresent, social media was on fire, mobile phones were recording. Every step of modern life is accompanied by the media. Everything is digitalized. Music used to be much harder to acquire given the fact that we travelled all the way to Vienna or Trieste to get it. Today we can get any kind of music we want, right away. We don't own music anymore, we ask access for it. This so-called mediatization and digitalization are changing our surroundings and our lives on a daily basis. Are these changes positive or negative? What is the essence of change itself, and what are the consequences to our daily life? How does it look from an individual perspective, and how do musicians and their audience perceive it?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Žarko Dimitrioski**

Eden na Eden marketing agency, kreativni direktor (Makedonija)  
Eden na Eden marketing agency, Creative Director (Macedonia)



**Ida Prester**

Glazbenica / TV voditeljica / novinarka (Hrvatska / Srbija)  
Musician / TV Host / Journalist (Croatia / Serbia)



**Saša Lošić Loša**

glazbenik (BiH)  
Musician (BiH)

### MODERATOR



**Daniel Bilić**

Yammat FM, voditelj jutarnjeg programa (Hrvatska)  
Yammat FM, morning show host (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MILLENNIALS... / MILLENNIALS... // Više na str. 57 / More on page 57  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // POLITIČKI SAVJETNICI... / POLITICAL ADVISORS... // Više na str. 59 / More on page 59  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BUDUĆNOST JE SADA / THE FUTURE IS NOW // Više na str. 60 / More on page 60  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IBM DESIGN THINKING / IBM DESIGN THINKING // Više na str. 70 / More on page 70  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // MAKEDONIJA... / MACEDONIA... // Više na str. 82 / More on page 82  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // ISKUSTVO CRNE GORE... / THE MONTENEGRO EXPERIENCE... // Više na str. 83 / More on page 83



## Politički savjetnici ili lobisti: pogled u profesionalnu globalnu industriju

Na panelu će se raspravljati o novoj komunikacijskoj usluzi koja je etablirana u svjetskim centrima moći. Sadržajno govorimo o lobiranju, komunikaciji s vladinim institucijama i drugim političkim savjetima koji se koriste u poslovnim kampanjama diljem svijeta. Panel će obraditi praktične aspekte posla, strategije i taktike koje koriste moderne firme za odnose s institucijama vlasti. U današnje vrijeme, kompanije i različiti projekti na Balkanu suočeni su s globalnom konkurencijom i zato je važno promovirati svoje interese pred različitim akterima iz svijeta i Europske unije. Panelisti posjeduju veliko iskustvo na globalnoj razini u vođenju kampanja i rješavanju složenih odnosa u zakonodavnim i političkim pitanjima.

## Political Advisors or Lobbyists: A Look into the Professional Global Industry

The panel will discuss a new communication service which is established in global power centres. In terms of context, we are talking about lobbying, communication with government institutions and other political advice used in business campaigns throughout the world. The panel will cover the practical aspects of business, strategy and tactics used by modern companies for relations with government institutions. Today, companies and various projects in the Balkans are faced with a global competition which is why it is important to promote ones' interests in front of various global and EU players. The panellists possess great experience in running campaigns and solving complex issues with legislative and political issues worldwide.

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:



**Peter-Carlo Lehrell**

Fipra Network, osnivač i predsjednik uprave (Velika Britanija)  
Fipra Network, Founder and Chairman (UK)



**Morten Rud Pedersen**

A/S, predsjednik uprave i direktor (Švedska)  
A/S, President and CEO (Sweden)

### MODERATOR



**Natko Vlahović**

Vlahovic Group LLC, osnivač i direktor (Hrvatska)  
Vlahovic Group LLC, Founder and Managing Director (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MILLENNIALS... / MILLENNIALS... // Više na str. 57 / More on page 57  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DIGITALNI KAOS / DIGITAL CHAOS // Više na str. 58 / More on page 58  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BUDUĆNOST JE SADA / THE FUTURE IS NOW // Više na str. 60 / More on page 60  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IBM DESIG THINKING / IBM DESIG THINKING // Više na str. 70 / More on page 70  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // MAKEDONIJA... / MACEDONIA... // Više na str. 82 / More on page 82  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // ISKUSTVO CRNE GORE... / THE MONTENEGRO EXPERIENCE... // Više na str. 83 / More on page 83



## Budućnost je sada

Neprimjetno, ali svakodnevno naše okruženje postaje pametno. Uređaji se polako priključuju na internet, dobivaju nove funkcije i omogućavaju nam efikasnije i pametnije življenje i poslovanje. U mnogim segmentima budućnost je već ovdje. Koji su ključni trendovi te kako ih razumjeti? Koliko će tehnologija promijeniti naše živote? Kako izgleda pametnije poslovanje? Kako ne zaostajati za trendovima?

## The Future Is Now

Inconspicuously yet daily, our surroundings are becoming smart. Devices are slowly going online, getting new functions and enabling us a more effective and smarter living and work. In many segments the future is already here. What are the key trends and how do we understand them? How will technology change our lives? What does smart business look like? How can we keep up with these trends?

### SUDJELUJU // PARTICIPANTS:

POWERED BY 



**Krešimir Madunović**

Iskon Internet, predsjednik Uprave (Hrvatska)  
Iskon Internet, CEO (Croatia)



**Vladimir Sabo**

HEP, voditelj službe za tržišnu strategiju (Hrvatska)  
HEP, Head of Business Strategy Unit (Croatia)



**Sonja Popović**

SAP, direktorica (Hrvatska)  
SAP, Managing Director (Croatia)



**Anđelka Strajher**

Megatrend poslovna rješenja, predsjednica Uprave (Srbija)  
Megatrend Business Solutions, Chairman of the Board (Serbia)

### MODERATOR



**Tanja Ivančić**

Večernji list, novinarka i urednica (Hrvatska)  
Večernji list, Journalist and Editor (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MILLENNIALS... / MILLENNIALS... // Više na str. 57 / More on page 57  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DIGITALNI KAOS / DIGITAL CHAOS // Više na str. 58 / More on page 58  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // POLITIČKI SAVJETNICI... / POLITICAL ADVISORS... // Više na str. 59 / More on page 59  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IBM DESIGN THINKING / IBM DESIGN THINKING // Više na str. 70 / More on page 70  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // MAKEDONIJA... / MACEDONIA... // Više na str. 82 / More on page 82  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // ISKUSTVO CRNE GORE... / THE MONTENEGRO EXPERIENCE... // Više na str. 83 / More on page 83



# Vašeg povjerenja



*Košarica puna zadovoljstva!*

*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*

**RADIONICE**  
**WORKSHOPS**



## Formula za pitch - Kako prezentirati svoju ideju?

Kompaktno majstorsko predavanje puno uvida u to kako ostvariti bolji utjecaj kao profesionalac, umreženik ili poduzetnik – uglavnom bilo tko, tko želi utjecajno komunicirati. Dobit ćete vrijedne praktične savjete i spoznati tehnike govora tijela koje pojačavaju vjerodostojnost i utjecaj te ćete naučiti kako govoriti samopouzdanije i steći više povjerenja od svoje publike. Usvojite govorničke savjete kojima ćete naštimati svoju prezentaciju te prihvatite ideje kojima ćete povećati svoje šanse za uspjeh.

## Pitch Sauce - How to Present Your Idea?

A compact presentation skills masterclass full of takeaway insights to gain more impact as a professional, networker or entrepreneur – someone who wants to communicate with impact. You'll learn valuable practical tips and body language techniques to boost credibility, influence and speak more confidently as well as gain more trust with your audience. Gain straight-talking tips on how to fine-tune your delivery, get ideas to stick and increase your chances of success. Take your public speaking to the next level, bring more value to your ideas and increase your chances of success.

### PREZENTERI // PRESENTERS



#### Peter Hopwood

Hopwood Communications, Presence Expert and Public Speaking Storyteller / Osnivač (Velika Britanija)  
Hopwood Communications, Presence Expert and Public Speaking Storyteller / Founder (UK)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // AMERICAN DREAM / AMERICAN DREAM // Više na str. 18 / More on page 18  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DOSTA JE PR-A... / ENOUGH OF PR... // Više na str. 38 / More on page 38  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // TV IN EN ERA... / TV IN EN ERA... // Više na str. 19 / More on page 19  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BEST OF REGIONAL... / BEST OF REGIONAL... // Više na str. 74 / More on page 74



## Megatrendovi koji tresu gradove u kojima živimo i zašto bi nam trebalo biti stalo

Sa trenutnom stopom urbanizacije, do 2050. godine dvije trećine svijeta činit će urbano, a tek jednu trećinu ruralno stanovništvo. Većina tog rasta dogodit će se u Aziji i Africi, no gradovi u cijelom svijetu doživljavaju jedinstvene promjene i suočeni su s izazovima, ali i prilikama kao nikad prije. Usto gradovi rastu i utjecajem, zbog čega se predviđa da će s vremenom postati jednako moćni ili još moćniji od cijelih država. Na sve nas će utjecati megatrendovi koji mijenjaju gradove u kojima živimo i njihovi budući oblici. Po cijelom planetu vidimo snažne zajedničke niti i fantastične primjere kako gradovi i timovi ljudi koji ih oblikuju, djeluju zajedno u rješavanju njihovih problema.

## Megatrends Shaking the Cities We Live in and Why We Should Care

At the current rate of urbanisation, by 2050 the world will be two-thirds urban and one-third rural and most of this growth will take place in Asia and Africa. But cities all over the world are experiencing unprecedented change and facing both challenges and opportunities like never before. They are also rising in influence with predictions stating that cities will become just as powerful, if not more, than countries. All of us will be impacted by the megatrends that are shaping the cities we live in and their future forms. Across the planet, we are seeing some powerful common threads and mind-blowing examples of how cities and the teams of people that design them are working to solve their challenges. In this workshop, we'll explore these global trends and how they are relevant to our industries and what sort of opportunities they could provide. We bring it back to the region to see what's happening here too.

### PREZENTERI // PRESENTERS



#### Slavica Habjanović

HASSELL, komunikacijski menadžer (Kina i Hong Kong)  
HASSELL, Communications Manager (China and Hong Kong)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // PRODUKIRAJ OVO... / PRODUCE THIS... // Više na str. 39 / More on page 39  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // OBRAZOVANJE I BUDUĆNOST / THE FUTURE OF EDUCATION // Više na str. 40 / More on page 40  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // STICKER YOUR BRAND... / STICKER YOUR BRAND... // Više na str. 20 / More on page 20  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // ULOGA JAVNE DIPLOMACIJE / THE ROLL OF PUBLIC DIPLOMACY // Više na str. 21 / More on page 21  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // HRVATSKI TELEKOM... / CROATIAN TELECOM... // Više na str. 75 / More on page 75



## Kako osigurati kvalitetan *brand engagement* u mobilnom oglašavanju?

S obzirom da volumen mobilnog oglašavanja i dalje ubrzano raste te radi njegove neosporive važnosti za ukupni media mix, marketingaši moraju uskladiti svoje strategije mobilnog oglašavanja s ostalim digitalnim aktivnostima i pomaknuti se dalje od standardnih formata oglasa kako bi postigli zadane ciljeve kampanja i iskoristili puni potencijal mobilnog kanala. RedView Media će pokazati best practice strategije mobilnog oglašavanja i primjere mobilnih kampanja iz različitih industrija i vodećih brendova. Radionica će obuhvatiti cjelokupni ciklus mobilne kampanje - od od faze strategije, odabira formata i postavki do upravljanja kampanjom i ključnih pokazatelja uspješnosti za brand engagement na mobilnim uređajima.

## Best Practice Brand Engagement in Mobile Advertising

As mobile advertising spending continues to grow, due to its indisputable importance to the overall media mix, marketers must align their mobile strategies with other digital activities and deliver mobile advertising solutions with something different than the standard formats in order to achieve their advertising goals. RedView Media experts will demonstrate best practice in mobile advertising strategies and show real cases from different industries and some of the leading market brands. The workshop will cover a full lifecycle of a mobile campaign set up - from the strategic phase, format and features selection to campaign management and key performance indicators of successful brand engagement on mobile devices.

### PREZENTERI // PRESENTERS



Marin Barbić

[RedView Media, Hrvatska]  
[RedView Media, Croatia]



Diana Dumanić

[RedView Media, Hrvatska]  
[RedView Media, Croatia]

POWERED BY **Redview MEDIA**

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANNES PREDSTAVLJANJE... / BALCANNES PRESENTING... // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // CRNO NA BIJELO / BLACK ON WHITE // Više na str. 48 / More on page 48  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // BRZI I ŽESTOKI... / FAST AND FURIOUS... // Više na str. 49 / More on page 49  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // INFLUENCE OR DIE / INFLUENCE OR DIE // Više na str. 50 / More on page 50



## Big Bang of Digital Analytics

Vrijeme je da prestanete donositi odluke prema slutnjama, barem što se tiče online okruženja. Uz brojne digitalne alate na tržištu više nemate pokrića za nerazumijevanje posjetitelja vaše web stranice ili korisnika mobilne aplikacije. Saznajte pripada li vaše poduzeće u good, bad ili ugly segment i otkrijte koje informacije vrijedne za vaše poduzeće možete pratiti putem digitalne analitike.

## Big Bang of Digital Analytics

It is time to stop making decisions according to your hunches. At least when online is concerned. With so many digital tools on the market, you no longer have a reason to not understand the visitors of your website or the user of your mobile app. Find out if your company fits the good, the bad or the ugly segment and check what valuable information your company can track via digital analytics.

### PREZENTERI // PRESENTERS



Iva Obrovac

404, viši specijalist za digitalno oglašavanje na PPC platformama [Hrvatska]  
404, Senior performance marketing specialist [Croatia]

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // RETAIL... / RETAIL... // Više na str. 51 / More on page 51  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // FUTURE TRENDS... / FUTURE TRENDS... // Više na str. 23 / More on page 23  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NA ZAHTJEV / ON DEMAND // Više na str. 52 / More on page 52  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TALKING TURKEY... / TALKING TURKEY... // Više na str. 24 / More on page 24



## I Didn't Sign up for This Shit - Kako slati dobre newslettere?

Neki newsletteri automatski završe u spamu, neki niti ne zaslužuju bolje, a neke sami tamo pošaljemo! Osim isticanja važnosti, prednosti i snage email marketinga, predavanje će obuhvatiti praktične i korisne savjete kako kreirati dobar newsletter, zašto ga pažljivo analizirati i kako putem newslettera prodati uslugu ili proizvod.

## I Didn't Sign up for This Shit - How to Send Good Newsletters?

Some newsletters automatically end up in the spam folder, some don't deserve better and some we send to the spam folder ourselves! Besides stating the importance, advantages and strengths of e-mail marketing, the lecture will also cover practical and useful tips on how to create a good newsletter, how to carefully analyse it and how to sell a product or service via newsletter.

### PREZENTERI // PRESENTERS

POWERED BY 



Luka Frljužec

M+ Agency, Email Marketing Expert (Hrvatska)  
M+ Agency, Email Marketing Expert (Croatia)



Jelena Viljevac

M+ Agency, COO / Chief Operating Officer (Hrvatska)  
M+ Agency, COO / Chief Operating Officer (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // ONE ON ONE / ONE ON ONE // Više na str. 26 / More on page 26  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // GLOBALNI BRANDOVI / GLOBAL BRANDS // Više na str. 53 / More on page 53  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // A GREAT PLACE... / A GREAT PLACE... // Više na str. 27 / More on page 27  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // TWENTY-THREE MINUTES / TWENTY-THREE MINUTES // Više na str. 25 / More on page 25  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // SNAPUP 2.0 / SNAPUP 2.0 // Više na str. 93 / More on page 93



## Brzi servis copyja - Dođite na besplatnu zamjenu izlizanih tekstova i kreativnog ulja

Majstori copy-mehaničari Nenad i Nebojša sat vremena će vam pružati usluge pregleda vaših web tekstova i pojasniti vam zašto su oni danas, kad se na internetu čita više nego ikad prije, važniji nego ikad prije. Prijavite svoj web site, landing stranicu, webshop, newsletter ili Facebook stranicu (ili ponesite URL na komadiću papira).

\* Tko prvi copywriterima, njegova stranica.

## Quick Copy Repair - Come for a Free Change of Tired Texts and Creative Oils

Join our master copy mechanics Nenad and Nebojša for an hour of web copy improvements and learn why, what, and how of what you write on the internet is more important than ever before. Apply with your website, landing page, web shop, newsletter or Facebook page (or bring your URL on a piece of paper)

\* First come, first served

### PREZENTERI // PRESENTERS



Nenad Vukušić

Copyraonica - web writing workshop, osnivač i predavač (Hrvatska)  
Copyraonica - web writing workshop, Founder and Lecturer (Croatia)



Nebojša Grbačić

Copyraonica - web writing workshop, osnivač i predavač (Hrvatska)  
Copyraonica - web writing workshop, Founder and Lecturer (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // POVRATAK U BUDUĆNOST / BACK TO THE FUTURE // Više na str. 54 / More on page 54  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO BORAC // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NATIVE ADVERTISING... / NATIVE ADVERTISING... // Više na str. 55 / More on page 55  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // GLAVE PROSTO LETE... / HEADS ARE LITERALLY... // Više na str. 56 / More on page 56  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // WHATSUPCROATIA... / WHATSUPCROATIA... // Više na str. 81 / More on page 81

## IBM Design Thinking

Svi pričaju o metodologiji design thinking, ali znate li kako zaista izgleda primjena takve metodologije u stvarnom životu, namijenjena pravom klijentu sa stvarnim zahtjevima i izazovima? Dodite na radionicu IBM Design Thinking, gdje ćemo vam pokazati kako kreirati poboljšano korisničko iskustvo, i to upravo na primjeru Weekend Media Festivala. Podaci govore da 75% onoga što čujemo uistinu i naučimo ukoliko to zaista i prakticiramo. Slijedom toga, pokazat ćemo vam "Designing the Wimbledon experience", priču kako su naši kolege iz IBM US uz primjenu prediktivne analitike doslovno učinili čudo. Pridružite nam se, zajedno zasučimo rukave i počnimo crtati, izrađivati ili stvarati nove koncepte koristeći iskustva drugih i oslanjajući se na vlastite ideje. Zabava je zajamčena!

Moguće nuspojave: kao i neki drugi lijekovi, i naša radionica može prouzročiti nuspojave, iako se one kod svih ne javljaju u istom vremenskom razdoblju. Navedene su nuspojave uočene samo u slučajevima uzimanja metodologije više od tri dana zaredom, kada se mogu javiti veliki naleti kreativnosti, potreba za rješavanjem problema ili želja za kolaboracijom i stvaranjem inovacija. IBM Design Thinking koriste brojne tvrtke iz različitih industrijskih grana, pa čak i javne uprave širom svijeta, kako bi pronašle bolja i inovativna rješenja u dinamičnom okruženju u kojem danas poslujemo, živimo i radimo, u kojem tradicionalne metode i alati više ne daju očekivane rezultate. Vidimo se!

## IBM Design Thinking

Everyone is talking about the Design thinking methodology, but do you really know what the application of such methodology looks like in real life, a methodology meant for the right client with real demands and challenges? Come to the IBM Design Thinking workshop where we will show you how to create an improved user experience custom made for the Weekend Media Festival. Data shows that 75% of what we hear we can truly learn if we really practice it. Consequently, we will present the "Designing the Wimbledon experience" story where our colleagues from IBM US literally made a miracle by applying predictive analytics. Join us, let's roll up our sleeves and let's draw, create and make new concepts using the experience of others and relying on our own ideas. Fun is guaranteed!

Possible side effects: as with other medication, our workshop can cause side effects, although they do not occur at the same time for all. These side effects are visible only if you are taking a methodology for more than three consecutive days – large encounters of creativity may occur, as well as a need to address problems and the desire for collaboration and creating innovation. IBM Design Thinking is used by numerous companies from various industries and even public administrations around the world in order to find better and more innovative solutions in a dynamic environment in which we operate, live and work and where traditional methods and tools cannot give the expected results. See you!



## PREZENTERI // PRESENTERS

POWERED BY



Milivoj Obradović

Megatrend poslovna rješenja, Business Intelligence konzultant (Hrvatska)  
Megatrend Business Solutions, Business Intelligence Consultant (Croatia)



Ana Veir

IBM Hrvatska, Konzultant za EU fondove, Odjel poslovnog savjetovanja (Hrvatska)  
IBM Croatia, EU funds solution sales representative, Global Business Services (Croatia)

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MILLENNIALS... / MILLENNIALS... // Više na str. 57 / More on page 57

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DIGITALNI KAOS / DIGITAL CHAOS // Više na str. 58 / More on page 58

Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // POLITIČKI SAVJETNICI... / POLITICAL ADVISORS... // Više na str. 59 / More on page 59

Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BUDUĆNOST JE SADA / THE FUTURE IS NOW // Više na str. 60 / More on page 60

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // MAKEDONIJA... / MACEDONIA... // Više na str. 82 / More on page 82

Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // ISKUSTVO CRNE GORE... / THE MONTENEGRO EXPERIENCE... // Više na str. 83 / More on page 83

# Sve što ste oduvijek željeli isprintati, a niste znali gdje.



## Print Studio

T 01 600 8888 / printstudio.hr

Digitalni tisak i izrada reklama



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

PREZENTACIJE  
PRESENTATIONS



## Best of Regional Neuro - Marketing Cases by Valicon

Inspiracija ili prosvjetljenje, iluminacija problema ili rješenje, dolaze ne tako slučajno i iznenadno kao što smo do sada mislili. Sve češće dolaze sasvim namjerno. Inspiracijska faza u kreativnom procesu može biti ubrzana kroz jasan uvid u problem koji nije vidljiv na prvi pogled. Glavni izazovi su ispod površine. Detalje ispod površine pokazat ćemo kroz neuromarketinška mjerenja uz pomoć elektroencefalografa (EEG) i "infrared" praćenja pokreta očiju te kroz najčuveniju-filmsku-auto-prevozničku-kompaniju "Krstić i sin". Koje su to dodatne poslovne transakcije i kako se 1941. godine u predratnom društvu otvara novi tok prihoda? Tko nije platio kartu? Čiča? Samo čiča? Kakvu kartu? Avionsku!!!! A "Ko to tamo peva"?

## Best of Regional Neuro - Marketing Cases by Valicon

Inspiration or revelation, problem illumination or solutions do not come as accidentally and suddenly as we thought. More often they come quite deliberately. The inspiratory phase in the creative process can be accelerated through clear insight into a problem that is not visible at first glance. The main challenges lie below the surface. The details below the surface will be shown through neuro-marketing measurements with the help of electroencephalography (EEG) and "infrared" tracking eye movement as well as the most famous-movie-car-transporting-company "Krstić and son." What are the additional business transactions and how do you, in the pre-war society of 1941 open up a new revenue stream? Who did not pay for the ticket? Old man? Only the old man? What ticket? Plane ticket!!!! "Who's singin' over there?"

### PREZENTER // PRESENTER



Zenel Batagelj

Valicon, President (Slovenija)  
Valicon, President (Slovenia)



Ismir Omeragić

Valicon, CEO BH (BiH)  
Valicon, CEO BH (BiH)

### MODERATOR:



Ida Prester

glazbenica / TV voditeljica / novinarka (Hrvatska/Srbija)  
Musician / TV Host / Journalist (Croatia/Serbia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // AMERICAN DREAM / AMERICAN DREAM // Više na str. 18 / More on page 18  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DOSTA JE PR-A... / ENOUGH OF PR... // Više na str. 38 / More on page 38  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // TV IN AN ERA... / TV IN AN ERA... // Više na str. 19 / More on page 19  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // FORMULA ZA PITCH... / PITCH SAUCE... // Više na str. 64 / More on page 64



## Hrvatski Telekom kao startup akcelerator

Premda je Hrvatski Telekom uglavnom poznat kao najveći hrvatski telekomunikacijski operator, posrijedi je kompanija koja se bavi i mnogim drugim djelatnostima - na primjer, prodaje struju ili pak pomaže kreativnim studentima i startupovima u realizaciji njihovih ideja. HT-ov STEM HUB, HT Innovation Camp, hackaton i generalno pokroviteljstvo prestižnog natjecanja Idea Knockout u suradnji s tehnološkim magazinom Bug samo su neke od aktivnosti pomoću kojih Hrvatski Telekom formatira idejne nemire juvenilnih neimara. S obzirom da se zna da je u toj igri jedan od glavnih dobitaka put u Las Vegas, onda je ovo predavanje najbolji odgovor na pitanje - kako?

## Croatian Telecom as a Start up Accelerator

Even though Croatian Telecom is mostly known as Croatia's largest telecommunications operator, this is also a company that is engaged in many other activities - for example, they sell electricity and even help creative students and start-ups in the realization of their ideas. HT's STEM HUB, HT Innovation Camp, hackathon and a general sponsorship of the prestige Idea Knockout competition in cooperation with Bug tech magazine are only some of the activities with which Croatian Telecom formats the restless ideas of juvenile creators. Considering the fact that one of the main prizes of the game is a trip to Las Vegas, then the best question for this lecture is - how?

### PREZENTERI // PRESENTERS

POWERED BY



Bojan Muščet

Hrvatski Telekom, stariji stručnjak za komunikacije (Hrvatska)  
Hrvatski Telekom, Senior Communication Expert (Hrvatska)



Dragan Petric

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

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // PRODUCIRAJ OVO / PRODUCE THIS // Više na str. 39 / More on page 39  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // OBRAZOVANJE I BUDUĆNOST / THE FUTURE OF EDUCATION // Više na str. 40 / More on page 40  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // STICKER YOUR BRAND... / STICKER YOUR BRAND... // Više na str. 20 / More on page 20  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // ULOGA JAVNE DIPLOMACIJE... / THE ROLL OF PUBLIC DIPLOMACY... // Više na str. 21 / More on page 21  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // MEGATRENDOVI KOJI TRESU... / MEGATRENDS SHAKING... // Više na str. 65 / More on page 65



## Inovativnost i nove tehnologije u turizmu

Nova informacijska i komunikacijska tehnologija pokretači su promjena na globalnom nivou. Turizam je jedna od najbrže rastućih grana gospodarstva i kao takva ima najveću potrebu praćenja trendova i prilagodbe zahtjevima turista. Postojeća programska rješenja i aplikacije se razvijaju i nadograđuju, a zahtjevi turizma se povećavaju iz dana u dan. Primjena novih tehnologija omogućuje brzu prilagodbu individualnim zahtjevima turista, čime se poboljšava njihov turistički doživljaj.

## Innovation and New Technologies in Tourism

New information and communication technology are the drivers of change on a global level. Tourism is one of the fastest growing industries, and as such has the greatest need of monitoring trends and adapting to the demands of tourists. Existing software solutions and applications are developed and upgraded, and the demands of tourism are increasing on a daily level. The application of new technology allows easy customization to individual requirements of tourists in order to improve their travel experience.

### PREZENTER // PRESENTER



**Belizar Zečić**

BTravel, član uprave za razvoj poslovanja (Hrvatska)  
BTravel, Board Member for Business Development (Croatia)

POWERED BY



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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KUDA IDE TELEVIZIJA... / WHERE IS TV HEADED... // Više na str. 41 / More on page 41  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // PROGRAMMATIČKI... / PROGRAMMATIC... // Više na str. 42 / More on page 42  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // RADIO REINVENTED / RADIO REINVENTED // Više na str. 43 / More on page 43  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // SERVICE DESIGN... / SERVICE DESIGN... // Više na str. 44 / More on page 44  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NOVA ERA MARKETINGA... / THE NEW ERA OF MARKETING... // Više na str. 77 / More on page 77



## Nova era marketinga: kako možemo biti uspješniji na poslu zahvaljujući tehnologiji?

Evolucija pretvara marketing u sve veću tehničku funkciju. To je posljedica prevlasti digitalnih kanala koji u velikom obujmu služe poslovanju, umjesto da se koriste samo kao komunikacijski kanal. U tom je procesu big data, to jest ogromne količine podataka koje su marketinške organizacije uspjele skupiti od potrošača na svim točkama interakcija, pružio dodatne alate za marketing te povećao vrijednost korištenja digitalnih kanala. To je se dodatno pojačalo povećanjem moći iskusnih tehnologija upravljanja koje su omogućile kontekstualno relevantne komunikacije i interakcije te masovnu personalizaciju. Ova prezentacija će otkriti kako tehnologija može pomoći marketingu da ima bolji učinak, što rade vodeći brandovi i zašto je znanstveni pristup potreban u stvaranju nove ere marketinga. Kako marketing istovremeno ima zadaću obavještavanja i inspiriranja, tehnologija je tu da mu olakša taj process. Uvjerite se uživo!

## The New Era of Marketing: How Can Technology Make You More Successful in Your Job?

Evolution is transforming marketing into an increasingly technical function. This happened because of the predominance of digital channels in high volumes of business as opposed to being just a channel of communication. In the process, big data – huge amounts of information that marketing organizations gathered from consumers across all interaction points – provided additional tools for marketing in order to add value in using digital channels. This was further reinforced by improved capabilities in experienced management technologies that enabled contextually relevant communications and interactions and mass personalization. This session will explore how exactly can technology help marketing functions to perform better; what the leading brands are doing and why a scientific approach is needed in creating a new era of advertising. As marketing is tasked to simultaneously inform and inspire, technology is here to help do it with ease and impact. See it live!

### PREZENTER // PRESENTER



**Ana Šipušić Pleše**

SAP, Hybris Presales Consultant (Hrvatska)  
SAP, Hybris Presales Consultant (Croatia)

POWERED BY



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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // KUDA IDE TELEVIZIJA / WHERE IS TV HEADED // Više na str. 41 / More on page 41  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // PROGRAMMATIČKI... / PROGRAMMATIC... // Više na str. 42 / More on page 42  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // RADIO REINVENTED / RADIO REINVENTED // Više na str. 43 / More on page 43  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // SERVICE DESIGN... / SERVICE DESIGN... // Više na str. 44 / More on page 44  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // INOVATIVNOST I TEHNOLOGIJA / INNOVATION AND NEW... // Više na str. 76 / More on page 76



## ISTRAŽIVANJE: Gen X Today – My Life, My Way

Što se desilo sa ciničnom, buntovnom, "zabušantskom" mladom generacijom devedesetih? Odrasli su i postali dosadni, zar ne? Krivo! Najveće globalno istraživanje VIMN-a, koje je pokrilo 21 zemlju i preko 12 000 odraslih ljudi, saznalo je da su se norme i očekivanja koji su nekad definirali zrelost, rastopili. Potpredsjednik ponašanja potrošača i analitike iz Londona, John Conlon, povest će nas na put Generacije X kroz veze, posao, razmišljanja i više od toga, jer postaje sve jasnije da je došlo vrijeme da ažuriramo naše zastarjele poglede na Generaciju X.

## RESEARCH: Gen X Today – My Life, My Way

What became of the cynical, rebellious, 'slacker' youth generation of the 90s? They grew up and got boring, didn't they? Wrong! VIMN's latest global study, covering 21 countries and over 12,000 adults, found that the norms and expectations that once defined adulthood have dissolved. London-based Consumer Insight & Analytics Vice President, John Conlon, will take us on a Gen X journey through relationships, work, mindsets and more, as it becomes increasingly clear that it's time we updated our outdated views of Gen X.

### PREZENTER // PRESENTER



#### John Conlon

Viacom International Media Networks, potpredsjednik, Consumer Insight & Analytics (Sjeverna i Istočna Europa)  
Viacom International Media Networks, Vice President, Consumer Insight & Analytics (Northern & Eastern Europe)

POWERED BY



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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANES EXPORT... / BALCANES EXPORT... // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // NEW MEDIA AND SOCIAL... / NEW MEDIA AND SOCIAL... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NOĆNI ŽIVOT 2.0 / NIGHTLIFE 2.0 // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BLOCKCHAIN... / BLOCKCHAIN... // Više na str. 47 / More on page 47  
Vikend Radni prostor / Weekend Work Space // NAKON DEADLINE... / POST DEADLINE... // Više na str. 79 / More on page 79



## Nakon *deadlinea* - Priče s terena

Na policama hrvatskih knjižara netom se pojavilo jedinstveno literarno izdanje, nudeći čitateljima uvid u svijet iz perspektive domaćih vanjskopolitičkih novinara. "Naš čovjek na terenu" u ovom slučaju moćan je kolektiv iskusnih reportera iz tiskanih i elektronskih medija, prigodno okupljenih u svrhu da s javnošću podijele sve ono što dosad nisu – kako se, recimo, osjećaju kada se kamere ugase, što o Jugoslaviji možemo naučiti od vojnika Polisarija, zašto je važno imati Vegetu na Sejšelima, kakav talog sjećanja nose s Lampeduse, iz Ukrajine, Sirije... Zbirku reportaža "Nakon deadlinea – priče s terena" ispisalo je 14 sadašnjih i bivših vanjskopolitičkih novinara: Bisera Fabio, Ivana Dragičević, Boris Orešić, Renata Rašović, Ana-Bella Leikauff, Jasmina Kuzmanović, Nataša Barac i Zorana Bajt, Elizabeta Gojan, Dragan Nikolić, Hrvoje Krešić, Josip Šarić, Jerko Bakotin te Snježana Pavić. Prema najavi izdavača, Profil Knjige, zbirka donosi reportaže i priče o zanimljivim mjestima, opisanima na nekonvencionalan, vrlo osoban način. U knjižarama od 13. rujna, prva promocija na Weekend Media Festivalu.

## Post Deadline – Stories from the Field

Croatian bookshelves have recently received a unique literary edition that offers an insight into the world of domestic foreign policy journalists. "Our man on the field" in this case is a powerful collection of experienced reporters from print and online media, conveniently gathered with a common goal to share what they have never shared with the public – how they feel when the cameras turn off, what can we learn from a Polisario soldier about Yugoslavia, why it's important to have Vegeta in the Seychelles and just what kind of memorial residue they carry from Lampedusa, Ukraine, Syria... The report collection "Post deadline – stories from the field" were written by 14 current and former foreign policy journalists - Bisera Fabio, Ivana Dragičević, Boris Orešić, Renata Rašović, Ana-Bella Leikauff, Jasmina Kuzmanović, Nataša Barac i Zorana Bajt, Elizabeta Gojan, Dragan Nikolić, Hrvoje Krešić, Josip Šarić, Jerko Bakotin and Snježana Pavić. According to the publisher, Profil Knjiga, the collection brings reports and stories about interesting locations described in an unconventional and very personal manner. It can be found in bookstores starting September 13<sup>th</sup> and its first promotion will be at the Weekend Media Festival.

### PREZENTERI // PRESENTERS



#### Ivana Dragičević

N1 Televizija, urednica vanjske politike (Hrvatska)  
N1 TV, Executive Producer of International News (Croatia)



#### Hrvoje Krešić

RTL, reporter (Hrvatska)  
RTL, Reporter (Croatia)



#### Dragan Nikolić

HRT, vanjskopolitički reporter (Hrvatska)  
HRT, Foreign Affairs Correspondent (Croatia)



#### Adriana Piteša

Profil, urednica (Hrvatska)  
Profil, Editor (Croatia)

POWERED BY



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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BALCANES EXPORT... / BALCANES EXPORT... // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // NEW MEDIA AND SOCIAL... / NEW MEDIA AND SOCIAL... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NOĆNI ŽIVOT 2.0 / NIGHTLIFE 2.0 // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BLOCKCHAIN... / BLOCKCHAIN... // Više na str. 47 / More on page 47  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // GEN X TODAY... / GEN X TODAY... // Više na str. 78 / More on page 78



## Koliko morate biti šašavi da pokrenete VR projekt?

Volite li zaista inovacije ili im se samo divite? Zašto volimo virtualnu realnost i što sve o njoj treba znati? Može li VR postati novi medij? Kako ubijediti klijenta da sudjeluje u višemjesečnom projektu koji nema kraja? Kako animirati svoju okolinu da te podrži u projektu koji naizgled nema smisla? Ako ste stvarni fan VR-a, odgovore na ova pitanja potražite u ovom virtualnom intervjuu.

## How Crazy Do You Have to Be to Start a VR Project?

Do you really love innovation or do you just admire it? Why do we love virtual reality and what do we need to know about it? Can VR become a new medium? How can you convince a Client to participate in a project that lasts for several months and seems to have no end? How can you animate everyone around you to support your project which seemingly has no sense? If you are a true fan of VR, find the answers to these questions in this virtual interview.

## WhatsUpCroatia je vaš sljedeći najbolji poslovni alat za marketing

WhatsUpCroatia omogućuje vam da na moderan i kreativan način dodatno promovirate svoju tvrtku i poslovna rješenja te budete u izravnom kontaktu sa klijentima i kupcima. Servis predstavlja inovativnu platformu za sve vaše digitalne marketinške kampanje, promocije i načine na koje se može doprijeti do ciljane publike. WhatsApp Messenger je višepatformska mobilna aplikacija za slanje poruka s preko milijardu korisnika širom svijeta. WhatsApp je na raspolaganju za različite mobilne platforme, odnosno Android, iPhone, BlackBerry i Windows Phone. Aplikacija omogućava slanje teksta, slike, videa, audio poruka, vCard datoteka pa čak i lokacija, što WhatsApp Messenger čini različitim od tradicionalnog SMS-a. Korisnici WhatsAppa dijele više od 700 milijuna fotografija i 100 milijuna videa svaki dan. WhatsUpCroatia pomaže u rastu vaše baze korisnika i same prodaje usluge i/ili proizvoda, i to je personalizirana „messaging“ platforma. WhatsUpCroatia je multifunkcionalan, nezamjenjiv, jedinstven i sasvim novi komunikacijsko-marketinški alat - jednom kada znate kako ga dobro iskoristiti.

## WhatsUpCroatia Is Your Next Best Business Tool for Marketing

WhatsUpCroatia lets you additionally promote your company and business solutions in a modern and creative way, as well as be in direct contact with your customers and buyers. This service is an innovative platform for all your current digital marketing campaigns, promotions and a great way to reach out to your target audience. WhatsApp Messenger is a cross-platform mobile messaging app with over a billion users worldwide. WhatsApp is available for a variety of mobile platforms - Android, iPhone, BlackBerry and Windows Phone. With the app you can send text, images, video, audio messages, vCards and you can even send your location, which makes WhatsApp Messenger very different from the traditional SMS. WhatsApp users share over 700 million photos and 100 million videos each day. WhatsUpCroatia will help grow your customer base and/or sell services or products with a personalized "messages" platform. WhatsUpCroatia is a versatile, irreplaceable, unique and entirely new tool for communication and marketing - once you know how to make good use of it.

### PREZENTERI // PRESENTERS

POWERED BY 



**Voljena Daničić**

Direct Media, Innovate & New Media Manager (Srbija)  
Direct Media, Innovate & New Media Manager (Serbia)



**Vitomir Jevremović**

Digital Mind, direktor (Srbija)  
Digital Mind, Director (Serbia)

### MODERATOR:



**Ida Prester**

glazbenica / TV voditeljica / novinarka (Hrvatska/Srbija)  
Musician / TV Host / Journalist (Croatia/Serbia)

### PREZENTER // PRESENTER



**Kristijan Milan Lopac**

WhatsUp Croatia, General Manager (Hrvatska)  
WhatsUp Croatia, General Manager (Croatia)



**Silvano Gospodarić**

WhatsUp Croatia, Communication Manager (Hrvatska)  
WhatsUp Croatia, Communication Manager (Croatia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // POVRATAK U BUDUĆNOST / BACK TO THE FUTURE // Više na str. 54 / More on page 54  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // SOMO BORAC / SOMO BORAC // Više na str. 88 / More on page 88  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NATIVE ADVERTISING... / NATIVE ADVERTISING... // Više na str. 55 / More on page 55  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // GLAVE PROSTO LETE... / HEADS ARE LITERALLY... // Više na str. 56 / More on page 56  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // BRZI SERVIS COPYJA... / QUICK COPY REPAIR... // Više na str. 69 / More on page 69



## Makedonija - Digitalna iskustva iz zemlje vječnog sunca

Kratak pregled makedonskog digitalnog tržišta, ispričan kroz najbolje kampanje i predane zajednice.

## Macedonia – Digital Experiences from the Land of Eternal Sunshine

Brief review of the Macedonian digital market told through some of the most engaging campaigns and devoted communities.

## Iskustvo Crne Gore - Kako raditi velike projekte na malom tržištu

Iskustvo iskusnog poduzetnika koji će nam približiti digitalno tržište Crne Gore, prednosti digitalnog iskustva, njegove izazove i kako te izazove rješavati.

## The Montenegro Experience - How to Make Big Projects in a Small Market

The experience of a experienced entrepreneur which will bring us closer to the Montenegro digital market, its advantages, challenges and how to solve them.

### PREZENTERI // PRESENTERS

POWERED BY



#### Darko Buldioski

NewMediaMK / AllWeb -Digital Marketing Conference, osnivač / programski direktor (Makedonija)  
NewMediaMK / AllWeb -Digital Marketing Conference, Founder / Program Director (Macedonia)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // BACCANNES EXPORT... / BACCANNES EXPORT... // Više na str. 45 / More on page 45  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // NEW MEDIA... / NEW MEDIA... // Više na str. 22 / More on page 22  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // NOĆNI ŽIVOT 2.0 / NIGHTLIFE 2.0 // Više na str. 46 / More on page 46  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BLOCKCHAIN... / BLOCKCHAIN... // Više na str. 47 / More on page 47  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // GEN X TODAY... / GEN X TODAY... // Više na str. 78 / More on page 78

### PREZENTER // PRESENTER

POWERED BY



#### Tarik Zaimović

Build Studio, direktor (Crna Gora)  
Build Studio, Director (Montenegro)

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

Dvorana Vikend / Weekend Stage // MILLENNIALS... / MILLENNIALS... // Više na str. 57 / More on page 57  
Dvorana Vikendica / Summer House Stage // DIGITALNI KAOS... / DIGITAL CHAOS... // Više na str. 58 / More on page 58  
Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // POLITIČKI SAVJETNICI... / POLITICAL ADVISORS... // Više na str. 59 / More on page 59  
Dvorana Laboratorij / Laboratory Stage // BUDUĆNOST JE... / THE FUTURE IS... // Više na str. 60 / More on page 60  
Dvorana Radionica / Workshop Stage // IBM DESIGN... / IBM DESIGN... // Više na str. 70 / More on page 70



## Unleashing Creative Potentials

Ako su kreativnost i inovacije ključ rasta i razvoja pojedinaca i organizacija, što onda možemo učiniti kako bismo maksimizirali potencijal istih? Koja su to ograničenja i prepreke koje nam ne dozvoljavaju da budemo kreativni 24/7 i kada mi to želimo? Jednom kada smo identificirali ta ograničenja procesa kreativnosti i inovativnosti, u mogućnosti smo njima upravljati i koristiti ih za stvaranje smislenih inovacija koje donose vrijednost. Smislene inovacije ne smiju biti rezultat slučajnih događaja i genijalnosti pojedinaca, već produkt strukturiranog procesa i na razini pojedinca i na razini kompanija. Tako strukturiran inovacijski sustav omogućava da se kreativne ideje i inovacije generiraju kao logički zaključci, a ne slučajni događaji. Kompanija tada ne ovisi o kretanju i fluktuacijama tržišta već je u stanju stvoriti tržište i percepcijski monopol koji jedini donosi pravu dugoročnu konkurentsku prednost. Stoga će predavanje „Unleashing Creative Potentials“ dati uvid u proces stvaranja vrijednosti i alate koji su ključ u ostvarivanju kreativnih i inovativnih potencijala te nam omogućuju da njima i upravljamo.

## Unleashing Creative Potentials

If creativity and innovation are key to growth and development of individuals and organizations, what can we do to maximize their potential? What are the challenges and limitations that don't allow us to be creative 24/7 and when we prefer? Once we have identified limitations of the creativity and innovation processes, we are able to manage them and use them to create meaningful innovations that bring value. Meaningful innovations shouldn't come as a result of random events and ingenuity of individuals, but rather as an end result of a structured process within the company innovation system. A structured innovation system allows creative ideas and innovations to be generated as logical conclusions, rather than random events. Hence a company does not depend on market movements and fluctuations, but is able to create and drive markets and perceptual monopolies that are a meaningful source of long-term competitive advantage. Therefore, the lecture "Unleashing Creative Potentials" will give insight into the value creation process and introduce tools that are key to achieving creative and innovative potentials and that enable us to manage them.

ne programiramo  
web stranice.  
radimo fakat. odlične  
evente. i točka.  
žuta točka.

## PREZENTERI // PRESENTERS

**Goran Vlašić**

Ekonomski fakultet Zagreb / Institut za inovacije, docent / Predsjednik Vijeća  
(Hrvatska)

Faculty of Economics and Business - University of Zagreb / Innovation Institute,  
Assistant Professor / Council Chair (Croatia)

## U ISTO VRIJEME / AT THE SAME TIME:

Dvorana Vikend / Weekend Stage // GOLA ISTINA... / NAKED TRUTH... // Više na str. 28 / More on page 28

Dvorana Vikendica / Summer House Stage // KLIN: GOTOVO SAVRŠENO... / KLIN: ALMOST COMPLETELY... // Više na str. 29 / More on page 29

Dvorana Produženi Vikend / Extended Weekend Stage // MEDIA INTELIGENCE... / MEDIA INTELIGENCE... // Više na str. 30 / More on page 30

# hura!

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje (HURA) je vodeće strukovno udruženje sektora marketinga i tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Naši članovi su neke od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. One su među liderima na tržištu koji posjeduju alate, strateško znanje i inovativne ideje kojih se sami ne biste nikada sjetili, s kojima će direktno unaprijediti vaše poslovanje. Zajedno se borimo za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije. Više informacija na [www.hura.hr](http://www.hura.hr)

EXTRA, EXTRA, EXTRA  
PARTY, PARTY, PARTY



## Oglašivači biraju najbolje agencije na BalCannesu

U sklopu Weekend Media Festivala održat će se peta po redu revija najboljih reklamnih agencija BalCannes na kojoj od ove godine oglašivači imaju još važniju ulogu - odabira 25 najboljih projekata iz 6 zemalja regije te dodjele nagrada, među kojima i onih za najbolju agenciju i projekt BalCannesa. Svi oni koji će se u sklopu BalCannesa naći na Weekendu, prvenstveno oglašivači, novi i stari klijenti, u petak popodne u glavnoj dvorani imat će priliku pogledati jedinstveni pregled najbolje regionalne marketinške produkcije, a nakon festivala moći će pretraživati agencijske profile putem stranica BalCannes Yellow Pages ([www.balcannes.com](http://www.balcannes.com)).

MODERATOR:



Iva Šulentić

televizijska i radijska voditeljica  
Television and Radio Presenter



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

## SoMo Borac - Najbolji digitalni radovi iz cijele regije

Po četvrti put na Weekendu doznat ćemo tko su ponosni vlasnici najboljih regionalnih digitalnih projekata u 9 različitih kategorija! Sve radove ocijenili su digitalni stručnjaci iz najvažnijih agencija regije - njih čak 20. Otkrijte i vi tko je imao najbolju Facebook stranicu, content-marketinški projekt godine, viralni blockbuster, odnosno tko će biti community manager i digitalac godine! Saznajte kome ide nagrada u novoj kategoriji SoMoRitanac, tko je smiksao najbolji digitalni mix, a tko osvojio ostale društvene mreže ili napravio tehnološku inovaciju! [www.somoborac.com](http://www.somoborac.com)

MODERATOR:



Iva Šulentić

televizijska i radijska voditeljica  
Television and Radio Presenter



## Advertisers pick the best agencies at BalCannes

Weekend Media Festival will, for the fifth year in a row, host BalCannes - a revue of the best advertising agencies who have also gained a new role this year. They will pick the best 25 projects from the 6 countries in the region, including best agency and BalCannes project. BalCannes will host advertisers, new and old clients, and in the main hall on Friday afternoon you will get the chance to see a unique overview of the best regional advertising production, and search through agency profiles after the festival at BalCannes Yellow Pages website ([www.balcannes.com](http://www.balcannes.com)).

## Doživi Teslu – upoznajte velikog znanstvenika osobno!

Nakon najvećih svjetskih muzeja koji su relativno nedavno uvrstili virtualnu stvarnost u svoj postav, ovaj komunikacijski i muzeološki trend došao je i u našu regiju! Kako izgleda stajati pored Tesle u njegovoj hidrocentrali na Nijagarinim vodopadima, asistirati mu u Colorado Springsu ili na platfotmi tornja na Long Islandu? Kakva je bila Teslina soba u čuvenom hotelu "New Yorker", a kakva njegova vizija budućnosti? Svi ovi prizori su sastavni dio izložbe u virtualnoj stvarnosti, "Doživi Teslu", koja dolazi na Weekend Media Festival. Iza ovog jedinstvenog projekta stoji Direct Media koja je VR izložbu donirala Muzeju Nikole Tesle u Beogradu za 160. godišnjicu rođenja velikog znanstvenika i povodom petnaest godina uspješnog poslovanja kompanije. Autor postava, Vitomir Jevremović iz Digital Minda, kaže da su muzeji virtualne stvarnosti izvjesna budućnost muzelogije, gde posjetitelj prestaje biti pasivnim sudionikom izložbe i virtualno ulazi u priču koja se događa posvuda oko njega. Zahvaljujući VR izložbi beogradski muzej je postao prvom ustanovom kulture na svijetu koja je tehnologijom virtualne stvarnosti oživjela lik velikog znanstvenika. Tesla je čitav svoj život posvetio inovaciji, želeći da njegovi patenti budu od koristi čovječanstvu. Polazeći od ovog principa i vjerujući da moderne tehnologije i same kompanije trebaju imati svrhu za širu zajednicu, zamisao Direct Medije je bila da, doniranjem jedne ovakve izložbe, približi upravo ove vrijednosti do kojih je Tesla držao. Uskoro će u okviru ovog jedinstvenog projekta biti lansirana i aplikacija za mobilne telefone, kao i website sa 3D prikazom. To znači da će svi Teslini fanovi širom svijeta (a ima ih puno!) moći ostvariti interakciju sa najvećim svjetskim izumiteljem i upoznati se sa njegovim dostignućima! Jedva čekamo upoznati Teslu – osobno!



## Experience Tesla – Personally Meet the Great Genius!

After the world's largest museums that have recently included virtual reality in their settings, this communication and museological trend came to our region! What's it like to stand next to Tesla in his hydroelectric power plant at Niagara Falls, assist him in Colorado Springs or on the platform of a tower on Long Island, what was Tesla's room like in the famous "New Yorker" hotel and what was his vision of the future?

All these scenes are an integral part of "Experience Tesla", the Virtual Reality exhibition coming to Weekend Media Festival. Behind this unique project is Direct Media which donated the VR exhibition to the Nikola Tesla Museum in Belgrade for the 160th birth anniversary of the great scientist and also for fifteen successful years of company operations.

The exhibition author Vitomir Jevremović from Digital Mind thinks that VR museums are the future of museology, where the visitor ceases to be a passive participant in the exhibition, and virtually enters into a story that is happening all around him. Thanks to this VR exhibition, the Belgrade Museum became the first cultural institution in the world that has used the technology of virtual reality to revive the character of the great scientist.

Tesla dedicated his whole life to innovation, wishing that his patents could benefit humanity. Based on this principle and the belief that modern technologies and companies need to have a purpose for the broader community, Direct Media wanted to bring these values closer to the general public, just like Tesla did. A mobile app will soon be launched as part of this unique project as well as a website with a 3D display. This means that all Tesla fans around the world - and there are many - will be able to interact with the world's largest inventor and become familiar with his accomplishments! We cannot wait to meet Tesla - personally!





## Vlada Divljan

Dokumentarna izložba inspirirana životom i radom Vlade Divljana svojevrsno je malo nepretenciozno podsjećanje na refleksiju njegovog utjecaja na razvoj urbane kulture regije bivše Jugoslavije. Njegov glas je arhetipski zvuk jugoslavenske pop kulture, kako u prenesenom smislu tako i u doslovnom. Kao što je i Vladina muzika puna emocija, bilo da je u pitanju mladenački bunt bilo zrele ljubav, idejama za izložbu i događaje kojima želimo obilježiti sjećanje na njega pristupamo osobno i emotivno. Upravo inspirirani njegovim nepokolebljivim duhom želimo vidjeti što više Divljanovih lica – dječaka, buntovnog adolescenta, pop zvijezdu, prijatelja, predstavnika generacije, pjesnika, emigranta, skladatelja, muža i oca... Bez pretvaranja, nepotrebne šminke, suvišnih stihova i poteza te suhoparnih floskula o pop kulturi. Izložba koju je početkom godine postavio UK Parobrod iz Beograda podrazumijeva pop up multimediju sačinjenu od Vladine (kako one iz Beča, tako i beogradske) obiteljske kolekcije predmeta i instrumenata, kao i njegove dosad široj javnosti nepoznate fotografije u kojima ćete ove godine moći uživati samo na Weekendu!

## Vlada Divljan

A documentary exhibition – inspired by the life and work of Vlada Divljan is a sort of a slightly unpretentious reminder on the reflexion of his influence on the development off the ex-Yu urban culture. That voice is in a figurative but also literal sense, an archetype sound of Yugoslavian pop culture. As Vlada's music is full of emotions, whether we are talking about adolescent rebellion or real, mature love, the ideas for the exhibition and events which we want to commemorate, we decided to approach them personally and emotionally. Inspired by his unshakable spirit, we wanted to see all of Divljan's faces – the boy, the rebellious adolescent, the pop star, the friend, the spokesperson of a generation, the poet, the immigrant, the composer, husband and father...with no gimmicks, unnecessary make-up, spare verses, bars and dull platitudes about pop culture. The exhibition, which was set up beginning of 2016 by UK Parobrod from Belgrade, includes a pop up multimedia made from Vlada's (Viennese and Belgrade) family collection of objects and instruments, his - up until now unknown to the general public – photography, in which you will be able to enjoy this ear only at the Weekend!

DVORANA VRT / GARDEN STAGE

## Sretni Danci

Danas, čelnici iz cijelog svijeta se pitaju zašto su neka društva sretnija od drugih. U isto vrijeme, zemlje poduzimaju razne korake kako bi mjerile svoj uspjeh kao društvo - ne samo rastom gospodarstva - ali i koliko su se njihovi životi poboljšati, ne samo u životnom standardu, već i u kvaliteti života. Međutim, ova ideja nije nova. Međunarodne ankete često spominju Dansku kao najsretniju zemlju na svijetu i to, je naravno, potaknulo sve veći interes od strane istraživača sreće. Koji su razlozi visokih razina sreće u Danskoj? Na Happiness Research Institute-u smo pokušali odgovoriti na to pitanje. Nadamo se da će ova izložba rasvijetliti ovu zagonetku te doprinijeti raspravi o tome kako možemo mjeriti napredak naših društava i poboljšati kvalitetu života.

## The Happy Danes

Today, leaders from around the world are expressing an interest in why some societies are happier than others. At the same time countries are taking steps to measure their success as a society – not only from how much the economy grows – but also from how much their lives are improved, not only from standard of living, but from the quality of life. However, this idea is not new. The international surveys frequently name Denmark as the happiest country in the world and this has naturally prompted an increasing interest from happiness researchers. What are the reasons behind the high levels of happiness in Denmark? At the Happiness Research Institute we have tried to answer this question. We hope that this exhibition will shed some light on the puzzle, and contribute to the discussion of how we may measure the progress of our societies and improve the quality of our lives.



## Čaj od šljiva

Peta najprodavanija knjiga u Srbiji ove godine, to je mjesto držala čak nekoliko tjedana. Trenutno je u svom 5. izdanju, i dalje u Top 40...

Lazar Džamić pokazuje tipičnu englesku vještinu: da sa malo riječi mnogo kaže. Jezik kojim to čini je jednostavan i otmjen, metafore su mu maštovite i pametne, a zapažanja lucidna i duhovita. Uz perfektu ravnotežu šarma i ozbiljnosti, on uspoređuje suzdržani engleski i pregrijani srpski mentalitet u isti mah nemilosrdno i sa velikim simpatijama za obje strane. Od Borislava Pekića do današnjih dana nismo, vjerujem, imali boljeg autora koji se prihvatio ove izazovne teme.

**Ivan Ivačković**

Dvije države, jedna kraljevina bez i druga republika sa krunom na zastavi. Dva naroda, jedan koji se pravi važan i drugi koji se "pravi Englez". Dvije civilizacije, jedna koja ima Wimbledon i druga koja ima šampiona istog. Dva otoka, jedan okružen oceanom, drugi žicom... Lazar Džamić je zaista fenomen. Sudeći po "Čaju od šljiva", on je čovjek koji je uspio da bude na dva (suprotna) mjesta u isto vrijeme!

**Slavoljub Stanković**

Krovni naslov "Čaj od šljiva" bio je genijalno Lazino pokriće za ozbiljnu studiju engleskih i srpskih korijena, DNK, mentaliteta, radne etike, komunikacije, ponašanja, svakodnevnih navika... Kako su tekstovi odmicali, postajalo je očiglednije da je pred čitaocima ozbiljna sociopsihološka studija. Takvu je mogao da napravi samo rasni antropolog koji ozbiljno studira pojedince, zbilju, društvene grupe, mentalitete, socijalne odnose, pojave, društvene anomalije, povijesni kontekst...

**Miša Brkić**

Džamić inteligentno i na jednostavan način ulazi u mikrokozmos naše svakodnevice. On pokazuje ono nesvjesno, ali vrlo vidljivo i na (samo)ironičan način otvara različitost mirisa i osjećanja Zapada i Istoka, Rima i Carigrada; znači onoga što shvaćamo Europom.

**Andrej Horvat**



## The Damson Tea

Over a few weeks, the fifth best-selling book in Serbia this year. It is currently in its fifth edition, still in the Top 40...

Lazar Džamić shows a typical English ability: to say a lot with just a few words. The language in which he does so is simple yet classy, his metaphors are creative and intelligent and his observations lucid and humorous. With a perfect balance of charm and seriousness, he compares the restrained English and the overheated Serbian mentality in a ruthless manner yet with sympathies for both sides. Ever since the days of Borislav Pekić we have not, I believe, had a better author tackle such a challenging subject.

**Ivan Ivačković**

Two countries, one kingdom and the other a republic with a crown on its flag. Two nations, one that likes to show off and the other that "pretends to be English". Two civilizations, one which has Wimbledon and the other has a Wimbledon champion. Two islands, one surrounded by the ocean, the other surrounded by a wire...Lazar Džamić is truly a phenomenon. Judging by "The Damson Tea", he is a man who succeeded at being at two (separate) places at the same time!

**Slavoljub Stanković**

The title "The Damson Tea" was Lazo's brilliant cover for a serious study of English and Serbian roots, their DNA, their mentality, work ethics, communication, behaviour, daily habits...As the texts moved away, it became more apparent that the readers were facing a serious socio-psychological study. A study like that could have been made only by a serious anthropologist who is seriously studying individuals, reality, social groups, mentalities, social relations, phenomena, social anomalies, historical context...

**Miša Brkić**

Džamić enters the microcosms of our daily lives in a very intelligent and simple manner. He displays the unconscious but in a very visible and (self)ironic way and opens the dissimilarities of smell and feelings of West and East, Rome and Tsargrad; what we consider to be Europe.

**Andrej Horvat**



## MTV presents film Afterparty

"Afterparty" je satirična tragedija i kronika jedne generacije predstavljena kroz sveapsorbirajući milje beogradskog clubbinga i estradizirane kič kulture koja posredstvom medija postaje sinonimom "srpskog sna". Marko je čovjek rastrzanih strasti, karizmatičan i ambiciozan, ali prilično suženog pogleda na stvari. Okružen društvom koje propagira takve vrijednosti, Marko postaje oličenjem mediokriteta, osuđen na hermetičan svijet konzumerizma i instant hedonizma.

Luka Bursać, redatelj (Srbija)  
Luka Bursać, Director (Serbia)



## MTV presents film Afterparty

"Afterparty" is a satirical tragedy and a chronic of a generation presented through an all-absorbing milieu of Belgrade clubbing as well as the mainstream trash culture which, with the help of the media, becomes a representation of the "Serbian dream". Marko is a man torn between his passions; charismatic and ambitious but also very narrow-minded. Surrounded by a society that promotes these values, Marko becomes the personification of mediocrity, condemned to a hermetic world of consumerism and instant hedonism.



## SnapUp 2.0

Nakon uspješnog prvog Snapchat meetupa u Zagrebu, koji je okupio preko 120 zaljubljenika u Snapchat, Bamboo Lab organizira SnapUp 2.0., drugi susret Snapchattera, posvećen svim korisnicima i zaljubljenicima (ali i onima koji će to tek postati) u Snapchat - trenutno najbrže rastuću društvenu mrežu sa 150 milijuna aktivnih korisnika te 10 milijardi video pregleda dnevno. Na drugom SnapUpu pričat ćemo o tome zašto brendovi u Hrvatskoj trebaju koristiti Snapchat te o rastućem utjecaju koji ima u Hrvatskoj. Zašto vam je Snapchat potreban u izgradnji vlastitog brenda, saznajte na SnapUpu 2.0.!

## DOMAČICA // HOST



Iva Soldo

Bamboo Lab, suosnivačica i direktorica marketinga (Hrvatska)  
Bamboo Lab, Co-Founder and Marketing Director (Croatia)

## SnapUp 2.0

After the success of the first Snapchat meetup in Zagreb, which gathered over 120 Snapchat enthusiasts, Bamboo Lab is organizing SnapUp 2.0, a second Snapchat meet up, dedicated to all users and fans (and those who will become users) - currently the fastest growing social network with 150 million active users and 10 billion views per day. At the second SnapUp we will talk about why brands in Croatia should use Snapchat as well as its growing influence in Croatia. Find out why Snapchat is inevitable in building ones brand at the SnapUp 2.0!

## Indoor kreativac

Svi znamo da smo zatrpani raznim marketinškim porukama sa dobrom idejom, bez ideje, a samo dobro kreativno rješenje se pamti i ima učinka na ciljnu skupinu. Iz tog razloga i mi u B1 Plakati već šestu godinu za redom potičemo kreativne agencije da za svoje klijente naprave na tako jednostavnom mediju što upečatljiviju i zapaženiju poruku. Kreativno iskoristite sve prednosti B1 medija jer se nalaze na mjestima gdje i Vaša ciljna skupina. Promotivna poruka je istovremeno i sadržaj kojeg imate vremena pročitati. Prodajno mjesto je u neposrednoj blizini oglasnog prostora i omogućuje brzu realizaciju želje! Svi sudionici festivala imat će mogućnost izabrati svoje favorite i osvojiti savršen vikend po izboru. Sve potrebne informacije možete naći na <http://www.b1-plakati.hr/>.

Vaš B1 team

## Indoor Creative

Everybody knows that we are literally buried in various marketing messages with a good idea, with no idea, while a good creative solution is memorable and can affect an entire target group. That is why we at B1 Plakati for the sixth year in a row encourage creative agencies to create a more impressive and noticeable message on such a simple medium.

Creative use all advantages of B1 media because it can be found everywhere your target group is found. The promotional message is simultaneously the content that you have time to read. The retail location is nearby the advertising space and enables a quicker realization!

All festival participants will have the possibility to pick their favorites and win a perfect weekend getaway. Find out more at <http://www.b1-plakati.hr/>.

Your B1 team



POWERED BY





Četvrtak, 22.09. // Thursday, 9/22

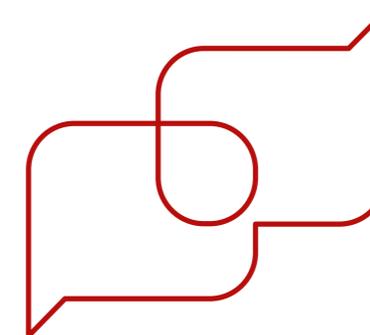
21.00 / 9pm	Hladno pivo powered by Laško @ Pepermint Klub	
23.00 / 11pm	DJ Filip Jelaš @ Pepermint Klub	

Petak, 23.09. // Friday, 9/23

18.00 / 6pm	Strongbow Urban Garden Party @ Pepermint Klub	
21.00 / 9pm	Vintage Zagreb Festival powered by Karlovačko Retro @ Pepermint Klub	
23.00 / 11pm	Lampshade Media Presents Who See @ dvorana Vrt // Garden Stage	
00.00 / 12pm	Peppe & Sergej Trifunović @ Pepermint Klub	

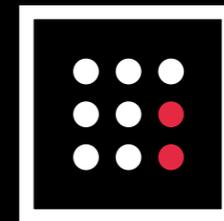
Subota, 24.09. // Saturday, 9/24

21.00 / 9pm	Heineken - Live Tour Music @ Pepermint Klub	
23.00 / 11pm	Jägermeister presents Somewhere Over the Region @ dvorana Vrt // Garden Stage	
00.00 / 12pm	DJ Rea & Stanko Bondža @ Pepermint Klub	



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

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



SevenOfNine



communications  
& digital partner

Preuzmi aplikaciju Weekend





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.

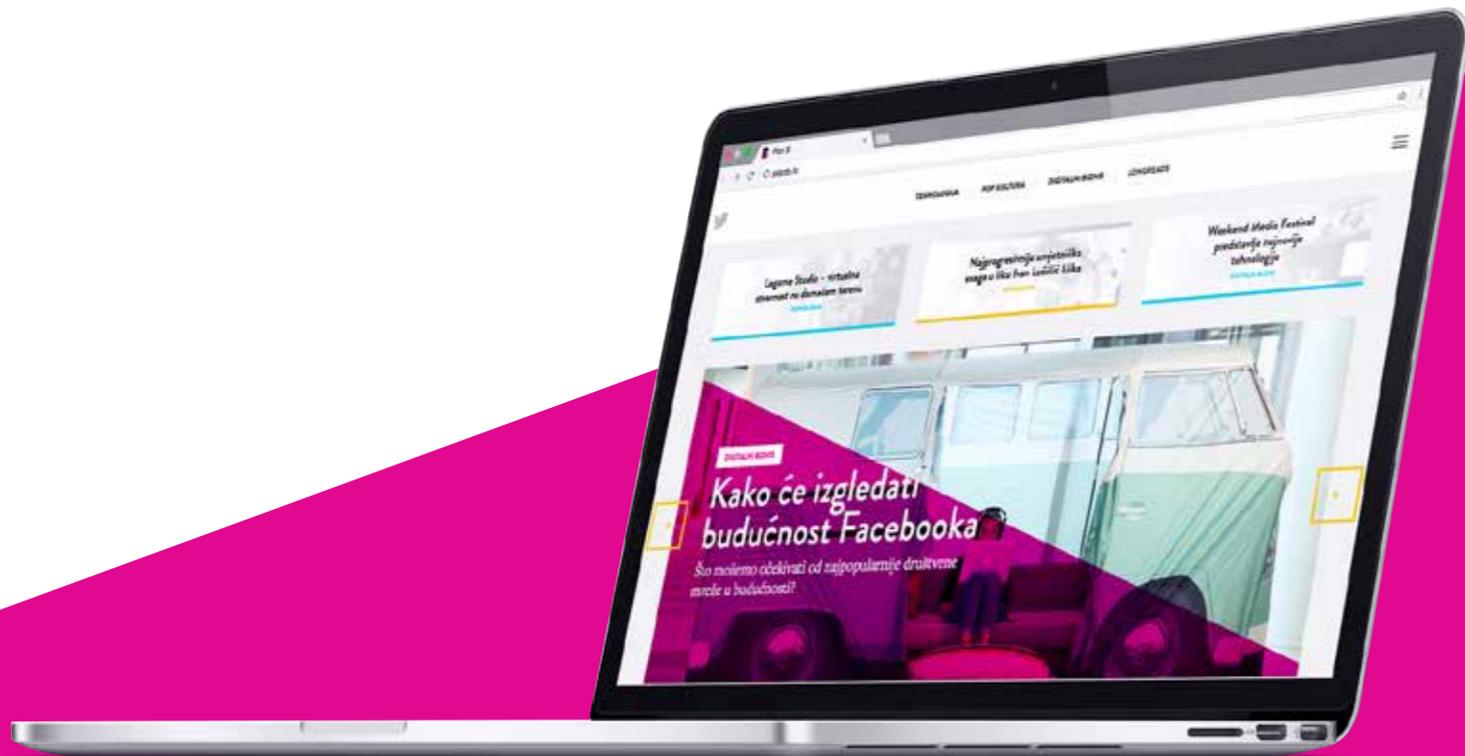
PIXSELL PRODAJA  
[prodaja@pixsell.hr](mailto:prodaja@pixsell.hr)  
00385 (0) 1 60 69 941

INFO DESK  
[info@pixsell.hr](mailto:info@pixsell.hr)  
00385 (0) 1 65 00 948

DOGAĐANJA  
[najave@pixsell.hr](mailto:najave@pixsell.hr)  
00385 (0) 1 60 69 477

# PLANB

## Magazin za digitalnu pop kulturu



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

# TVOJE LICE ZVUČI POZNATO





PON-ČET 22:15



**DIREKT**



90 godina Hrvatskoga radija  
60 godina Hrvatske televizije

prijatelj Weekend Media Festivala

HRTi.hr

DOBRODOŠLI U NOVI SVIJET



PRODUCENTI:  
BRIAN GRAZER I RON HOWARD

# MARS

GLOBALNI TV EVENT  
STUDENI, 2016



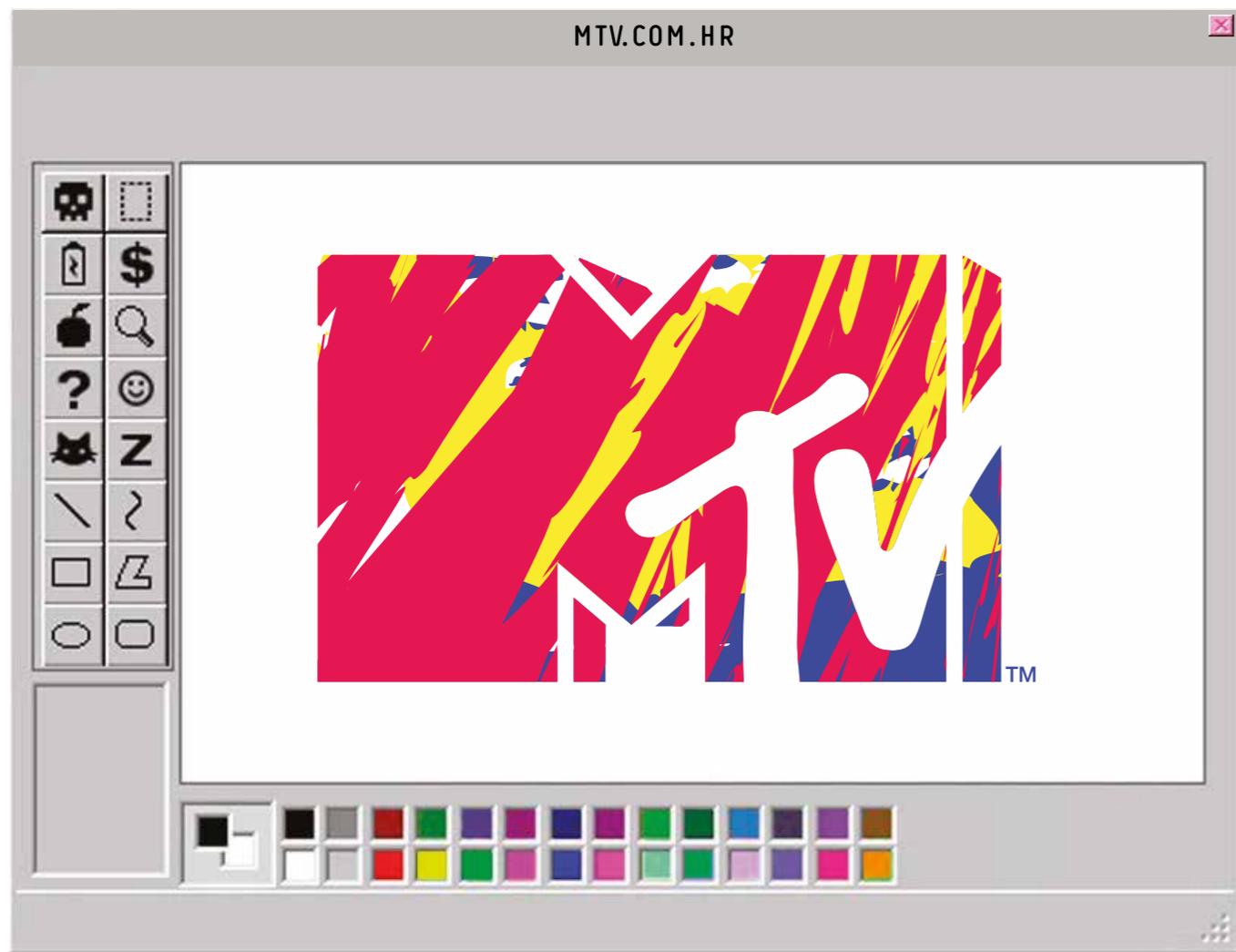
MakeMarsHome.com

# VIJESTI ZA KORAK DALJE



EXCLUSIVE NEWS  
CHANNEL AFFILIATE

n1info.com



F/MTVCROATIA

T/MTVHRVATSKA

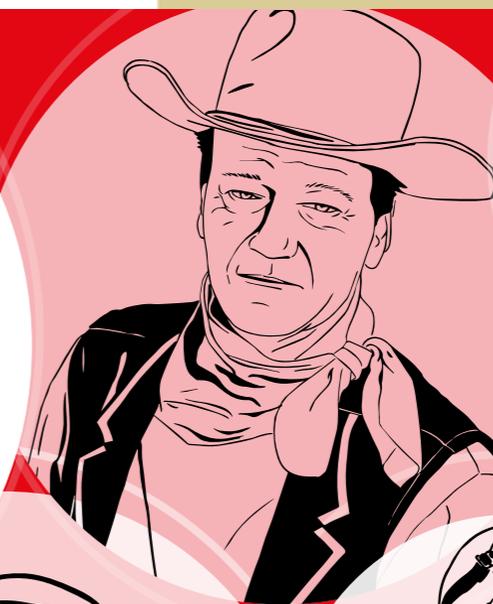
CMC TV

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

Jugoton TV



**NAJBOLJI**  
FILMOVI I SERIJE  
IZ CIJELE REGIJE  
**SVJETSKI**  
KLASICI I KULTNE  
INOZEMNE TV SERIJE  
**VRHUNSKA**  
GLUMAČKA IMENA  
**KLASIKtv**



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

# 58

# ГОДИНА ТЕЛЕВИЗИЈЕ У СРБИЈИ



# KABLOVSKA TV koju nosite sa sobom

na vašim mobilnim telefonima, tabletima, računarima i smart televizorima



▷ potrebno je samo da na Google Play ili App Store skinete aplikaciju **KlikTV** i automatski će vam stići SMS poruka sa kodom koji će vam omogućiti pristup gledanju ovih kanala, ili ako želite bez aplikacije da dobijete pristup za gledanje na vašim **računarima** ili **smart televizorima**, možete poslati SMS sa tekстом **KLIK** na telefone

SRBIJA  5500

AUSTRIJA  0900506506

NEMAČKA  82555

ŠVAJCARSKA  543



# kliktv.rs

BILO KAD, BILO GDE

NACIONALNI SPORTSKI ARENA SPORT FIGHT NETWORK DEČIJI 13 FILMSKIH MUZIČKI ZABAVNI EROTSKI

Za više informacija pozovite Call centar +381 11 44 33 444



PRVA

GLEDAJ BOLJE!



УВЕК НА ПРАВОМ МЕСТУ

[www.studiob.rs](http://www.studiob.rs)



POP

PRIHAJA  
JESENI

THIS  
AUTUMN

A SLOVENIJA IMA  
★ TALENT

PRO PLUS, d.o.o., Kranjska 26, 1521 Ljubljana



KMETIJA

NOV ZAČETEK

NOVI OBRAZI,  
NOVA PRAVILA.

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

PLANET

Antenna TV LLC. Glasba: Megumi 18 - 10000 Ljubljana

**federalnaTV**  
NAJGLEDANIJA TELEVIZIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

**federalnaTV**  
NAJGLEDANIJA TELEVIZIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

**federalnaTV**  
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.rtvbih.ba](http://www.rtvbih.ba)



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

**PINK**  **BH**

**РТРС**  
www.rtrs.tv  
Радио Телевизија Републике Српске



Радио Телевизија Републике Српске  
www.rtrs.tv  
**ПЛУС**



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



KAD TI **Cine** DA ŽELIŠ LANSIRANJE U VISINE...  
NE RAKETE, NEGO KAMPANJE :)



Zagreb / Rijeka / Split / Osijek / Varaždin / Slavonski Brod /  
Vukovar / Šibenik / Zadar / Dubrovnik / Uskoro Split 4DX i Kaptol Boutiq Cinema /  
Mostar / Bihać / uskoro Tuzla /  
Novi Sad / Pančevo / Zrenjanin

**Kino je medij koji ima direktan utjecaj na gledatelje!**

- ★ Oglašavanje u CineStar kinima i na CineStar TV filmskim kanalima
- ★ Organizacije poslovnih prezentacija i seminara
- ★ Interaktivni indoor treninzi
- ★ Božićni domjenci i proslave godišnjica
- ★ Cocktail party
- ★ Tematska druženje

Kontaktirajte nas i uvjerite se da smo pokretač najoriginalnijih marketinških kampanja!

[vox@vox.com.hr](mailto:vox@vox.com.hr)

35.140 OGLASNIH POVRŠINA

HR

SRB

27.160.000 POTROŠAČA

BiH

MNE

MK



JAVNI PRIJEVOZ



POSLOVNI TORNJEVI



PLAŽE



ŠKOLE I VRTIĆI



VISOKOŠKOLSKE USTANOVE



VETERINE



LJEKARNE



DOMOVI ZDRAVLJA

**B1** PLAKATI

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

# NAJVEĆA WEB PUBLIKA.

24  
SATA

Express

zdravakrava.hr

klokanica.hr

GOTOVO  
1.500.000  
ČITATELJA

BUDIIN

gastro.hr

COOL

auto start

Tvoj target se krije u gotovo 1.500.000 čitatelja koji konzumiraju sadržaje na osam tematskih portala 24sata digitalne mreže.

24 DIGITAL  
SATA NETWORK

Izvor za 1.5m čitatelja  
GemiusAudience, 2016/08



mi kreiramo sadržaj

- STORY HALL OF FAME • STORY FEST • STORY PINK • STORY DAN NARCISA • STORY UTRKA NA ŠTIKLAMA • STORY GREEN
- STORYBOOK STUDIO • STORYBOOK SALON • STORYGOURMET RADIONICE KUHANJA • ELLE FASHION FILM FESTIVAL
- ELLE STYLE AWARDS • ELLE FASHION FOTO TALENT • SENSA DAN • SENSA VIKEND • COSMOPOLITAN BEAUTY AWARDS
- COSMOPOLITAN BIRTHDAY • SAJAM VJENČANJA • FAMILY DAY • STORY KIDS RADIONICE • NGM FOTO NATJEČAJ
- NGM DAN BIORAZNOLIKOSTI • LIJEPA&AKTIVNA FITNES IZAZOV



10

GODINA  
NA  
TRŽIŠTU

Kontakt:  
01/6333-500  
lider@liderpress.hr  
www.liderpress.hr



FEEL THE NEWS

www.tvnova.mk

LIDER

INFORMACIJAMA DAJEMO POSLOVNO ZNAČENJE

9000 prosječna je tiskana naklada magazina

70 posto čitatelja su pretplatnici

120.000 mjesečnih posjetitelja portala prema Google Analyticsu

25 konferencija na godinu

150–350 sudionika po konferenciji

3 kluba – Studentski Lider klub, Klub obiteljskih tvrtki, Klub izvoznika

55 priloga na godinu uz redovito izdanje Lidera

500 najboljih – najčitanije Liderovo posebno izdanje



JutarnjiLIST

JutarnjiLIST

JutarnjiLIST

JutarnjiLIST

MEDIJSKI POKROVITELJ

**JutarnjiLIST**

JutarnjiLIST

# Gladni informacija?

Glad za kvalitetnim sadržajem  
zadovoljite **e-izdanjem** i  
**Premiumom Večernjeg lista!**



Digitalne pretplate Večernjeg lista ponudit će vam širu priču i otkriti što se odvija u pozadini aktualnih događanja u zemlji i svijetu. Putem kolumni, analiza, multimedije i istraživačkih specijala etabliranih novinara i kolumnista imat ćete pristup dodatnom sadržaju koji zadovoljava potrebe i onih s najvećim apetitima.

**Svim sudionicima WEEKEND MEDIA FESTIVALA osigurali smo mjesec dana besplatnog pristupa e-vecernjem i Premiumu.**

Sve što trebate napraviti jest popuniti pristupni obrazac na [www.vecernji.hr/pretplate/mjeseccipristup](http://www.vecernji.hr/pretplate/mjeseccipristup) i unijeti promo kod.

**U slast!**



PROMO KOD  
**PREMVLWMF16**



**vecernji.hr**



## Što na tržište donosi nova sinergija Večernjeg lista i Poslovnog dnevnika?

Više od  
**1.140.000**  
čitatelja tjedno dnevnih  
novina i portala

Od toga je više od  
**400.000**  
čitatelja generacije Millennials  
(18-35 godina)

Udio fakultetski obrazovanih  
**1,3 puta**  
veći u odnosu na  
hrvatski prosjek

Više od prosjeka!  
**1,8 puta**  
svaki tjedan čita dnevne  
novine i magazine

Izvor: BRANDpuls, 2016 (osobe u dobi od 15 do 65 godina), Target: čitaju dnevne novine i/ili portal Večernji list i/ili Poslovni dnevnik najmanje jednom tjedno

BESPLATNO PREUZMITE MOBILNU APLIKACIJU NOVOG LISTA

# Novi list dostupan uvijek i svugdje

- najnovije vijesti dostupne u svakom trenutku
- moderan i pregledan dizajn



Microsoft



App Store



Google play

**NOVI LIST**



www.mirakul.hr



Nova generacija poslovnih informacija

adria media group



Kurir Story Newsweek ELLE Lisa lepassrečna bašta burdo style Men'sHealth sensa Moj stan NATIONAL GEOGRAPHIC SERBIA COSMOPOLITAN

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

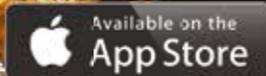


NAJVEĆA MEDIJSKA KUĆA NA ZAPADNOM BALKANU



DIVAN.HR Pronađi svoje mjesto!

TKO KAŽE DA SE U ZAGREBU NEMA GDJE IZAĆI?



HELLO!

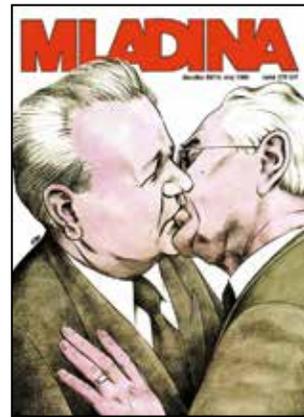
HELLO! fashion SERBIA





**avaz**  
25 GODINA  
GRUPACIJE

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



**Ostani mlad, bodi proti!**

**MLADINA** od/since 1943

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



MARKETINGMAGAZIN.EU • MARKETINGMAGAZIN.SI

**MM** / MARKETING MAGAZIN

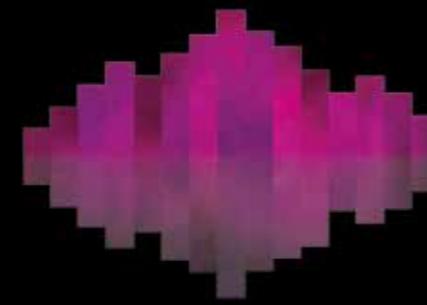


NON-READERS



READERS

ON AIR



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

Prati ritam tvoga grada

Soundset Plavi | Soundset Trsat | Soundset Kult | Soundset Brod | Soundset Požega | Soundset Giardini  
Gradski Radio Osijek | Jadranski radio | BBR

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



ENTER<sub>ZG</sub>



102 | 5  
YAMMAT FM  
201 | 6

otvoreni radio

SVAKI DAN JE  
**FEEL GOOD**  
DAN!

Vi znate zašto ;)

**FUN FACTS:**

- Tjedno uz nas je 925.000 feel good lovera u cijeloj Hrvatskoj
- Mjesečno 70.000 na webu
- Dnevno 18.000 na live streamu
- Na Fejsu svaki tjedan - novih 1000 prijatelja



Otvoreni Radio, Cebini 28/III, 10 010 Zagreb  
tel: +385 1 66 23 700, e-mail: marketing@otvoreni.hr



...i tvoj se radio želi odmoriti.

[www.laganini.fm](http://www.laganini.fm)



www.rockradio.si



CAPRIS	31,5
RADIO 1	13,1
KOPER	11,2
VAL 202	10,7
AKTUAL	9,9
CENTER	3,5



Prvi na Obali!

Vir: Radiometrija (Media Pool); obdobje od maja do julija 2016; Starost od 15 do 45; Občine: Koper, Izola, Piran, Ankaran, Ilirska Bistrica; N=211

# NAJSLUŠANIJI RADIO U SLOVENIJI

## SLUŠANOST RADIJA U SLOVENIJI

Dnevni dosjeg u starosnoj grupi 10 - 75 god, jan-jun 2016



Izvor: MEDIANA RM jan-dec 2015; spol: svi; starost: 10-75 god; obrazovanje: svi; prihodi: svi; regije: svi; broj ispitanika = 23.065

Ilustracija: Informativna, razvojna produkcija d.o.o., Stegne 118, 100 Ljubljana

# BODI DRZEN!

## POSLUŠAJ NAS V JAVNOSTI



radio hit



www.radiohit.si

www.radio1.si



MUZIKA  
KOJU  
NAJVIŠE  
VOLITE

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

SAMO  
NAJVEĆI  
HITTOVI

antena  
sarajevo

90,9 fm  
[www.antena.ba](http://www.antena.ba)

tportal.hr



**NAJVAŽNIJA SPOREDNA  
STVAR NA POSLU.**

*Antenna 5*  
RADIO NETWORK  
MACEDONIA

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

**Mjerilo za bitno.**

# INDEXOGLASI

[www.index.hr/oglas](http://www.index.hr/oglas)

*Najbrže rastući  
oglasnik u Hrvatskoj*

POWERED BY

 **INDEXHR**



**TELEGRAM  
MEDIA GRUPA**



**TELEGRAM**

**net.hr**

**ŽENA.net**

**#1 DIGITAL MEDIA STARTUP**

**Buro<sup>24/7</sup>**

[www.buro247.hr](http://www.buro247.hr)

**Mediana**  
Beyond Borders

Istraživanje tržišta i savjetovanje  
**Market Research and Consultancy**

ZAGREB / LJUBLJANA / BEOGRAD / SARAJEVO / SKOPJE / TIRANA

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

Internet portali  
**100.000+ posjetitelja dnevno**  
broj 1 za TV i TV program



HR  
www.mojtv.hr

SLO  
www.mojtvportal.si

SRB  
www.mojtv.net

info@mojtv.hr

**10000**

poslovnih subjekata  
s područja Istre

**6000**

posjeta dnevno

**eIstra.info**  
PODUZETNIČKI PORTAL

poduzetničke priče / novosti  
stručni članci / natječaji  
**10 GODINA S PODUZETNICIMA!**

**klix**

Saznaj više  
www.klix.ba

Direktor festivala / Festival Director:  
Tomislav Ricov  
tomo.ricov@weekendmediafestival.com

Izvršni direktor i producent / Executive Director and Producer:  
Boris Kovaček  
boris.kovacek@weekendmediafestival.com

Izvršna direktorica, marketing & sponzorstva / Executive Director and Sponsorships:  
Zelda Bećirević  
zelda.becirevic@weekendmediafestival.com

Direktor programa / Program Director:  
Nikola Vrdoljak  
nikola.vrdoljak@weekendmediafestival.com

PR direktorica / PR Director:  
Martina Pintarić  
martina.pintaric@weekendmediafestival.com

Prijem uzvanika / Hospitality:  
Mirella Fuček  
mirella.fucek@weekendmediafestival.com

Koordinatorica sponzorstva / Sponsorship Coordinator:  
Rea Berger  
rea.berger@weekendmediafestival.com

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

Koordinatorica PR / PR Coordinator:  
Amela Pasalić  
amela.pasalic@weekendmediafestival.com

Koordinatorica PR / PR Coordinator:  
Ivana Valter Zuban  
ivana.valter.zuban@weekendmediafestival.com

Koordinatorica prijema uzvanika / Hospitality Coordinator:  
Senka Kulenović  
senka.kulenovic@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

Petra Knežević  
Kim Norma Mueller  
Nina Krpan  
Barbara Lebić  
Marko Bunčić  
Dalibor Franjković  
Tomislav Jech  
Lobel Jira  
Nikola Betica  
Ana Zidar  
Martina Brkić  
Nela Augustić  
Tomislav Bartolić  
Ružica Ličina - Vrdoljak  
Boris Ličina  
Branka Kalinić  
Margarita Andonovska  
Dragana Citlik  
Meta Mežnar  
Zdravko Karna  
Dragan Crnjak  
Mirjana Kolac  
Karlo Pavlić  
Petra Rožman  
Ela Radić  
Rea Hadžiosmanović  
Ema Starčić  
Barbara Tadić

HVALA // THANKS

Branimir Brkljač  
Sašo Dimitrievski  
Ivan Stanković  
Marija Vičić  
Samir Korić  
Bojan Hadžihalilović  
Jordan Minov  
DJ Dodo

TISAK // PRINT

Grafički Zavod Hrvatske

SPONZORI



PRIJATELJI





9

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