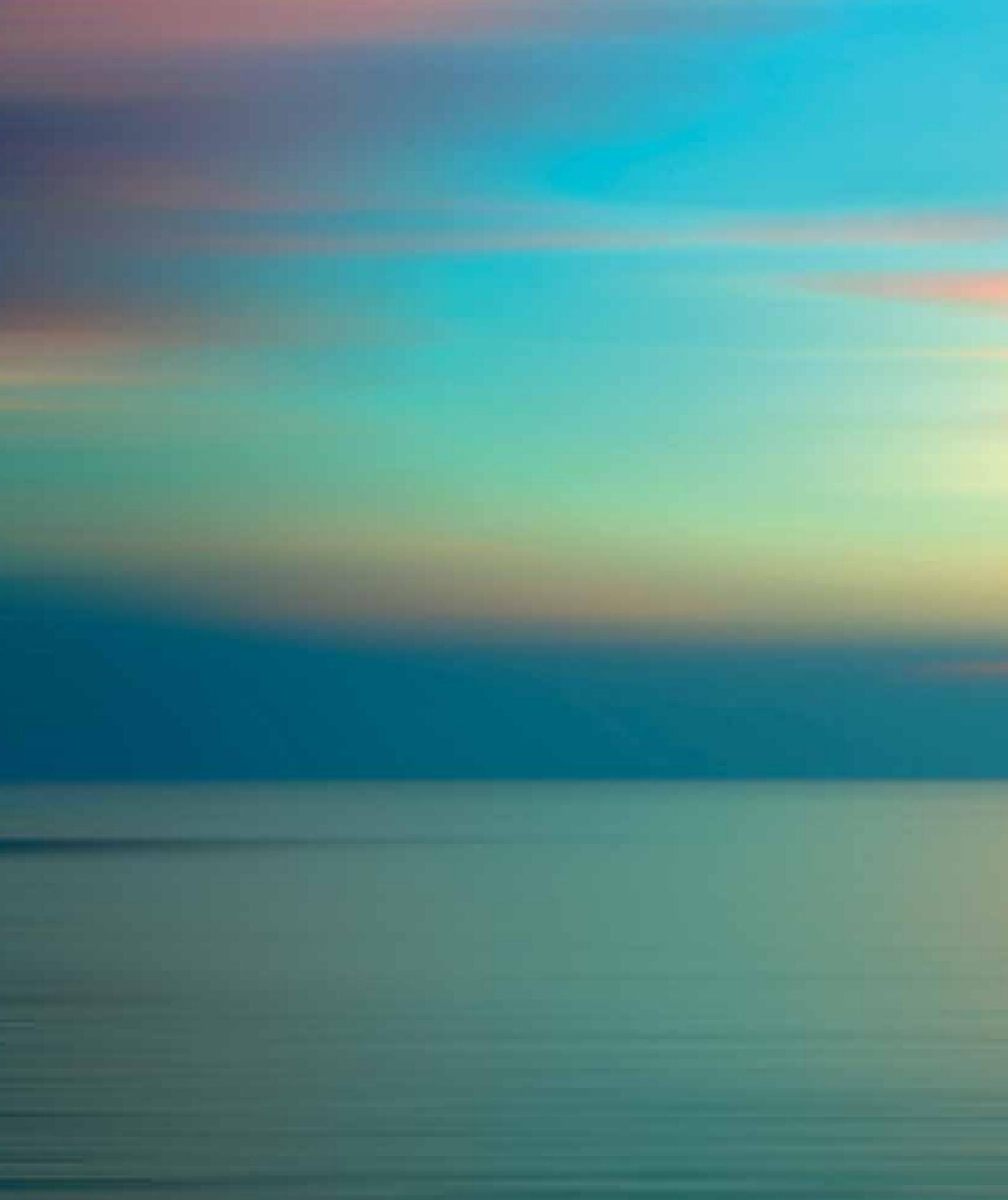




DESETI

WEEKEND

21-24/09/2017 / ROVINJ



T ...

LIFE IS FOR SHARING.

FIGHT FOR THE FUTURE!

HACKATHON
28.-29.10.

ZAGREB, CROATIA

CAN
YOU
HACK IT?

The fight for the future of immersive communication tech has begun!

You only have 24 hours to hack the winning idea! Can you hack it?

Apply yourself and/or your team and show us your kung-fu by hacking modern communication technologies.

The winner will receive HRK 30.000 (approx. EUR 4.000)!

Find out more at hackit.hr

hub:raum

Microsoft

SAMSUNG

COMBIS

tportal.hr





Mi dostavljamo na svaku adresu.

Više od stoljeća i po' na usluzi smo hrvatskim građanima. Pošiljke dostavljamo na svaku adresu. Razvijamo usluge koje su jučer bile nezamislive, stvaramo digitalni svijet vrhunske tehnologije. Naše usluge neprekidno prilagođavamo vašim potrebama. Cijenimo vaše povjerenje i želimo biti najbolji.

posta.hr

 **Hrvatska pošta**

169 GODINA S VAMA



#HEROWANTED

DESETI

WEEKEND
21-24/09/2017 / ROVINJ



WEEKEND MEDIA FESTIVAL, WEEKEND MEDIA FESTIVAL VENUE

Obala Vladimira Nazora 1, Rovinj

1. Akreditacijski ured
2. Weekend Art Zona
3. Pepermint klub
4. Dvorana Nordics Exposed
5. Nordics Exposed Lounge
6. Dvorana Vrt
7. Vikend radni prostor
8. Press Centar
9. Weekend Lounge
10. Dvorana Radionica
11. Dvorana Laboratorij by WWF
12. Dvorana Vikend by Pametna pošta
13. Dvorana Vikendica

1. Acreditation Office
2. Weekend Art Zone
3. Pepermint Club
4. Nordics Exposed Stage
5. Nordics Exposed Lounge
6. Garden Stage
7. Weekend Work Space
8. Press Center
9. Weekend Lounge
10. Workshop Stage
11. Laboratory Stage by WWF
12. Vikend Stage by Pametna pošta
13. Summer House Stage



www.weekendmediafestival.com

raspered

schedule

DVORANA VIKEND	DVORANA VIKENDICA	DVORANA NORDICS EXPOSED	DVORANA LABORATORIJ	DVORANA RADIONICA	VIKEND RADNI PROSTOR
10.00 - 11.00 Gdje je nestao američki TV sadržaj? Budućnost televizije Rory Buckley (Disney, CCE) Željko Mitrović (Pink TV, Srbija) Pete Smith (Antenna Group, Velika Britanija) Henning Tewes (RTL, Hrvatska) MODERATOR: Antonija Mandić (Hrvatska)	10.00 - 11.00 WIN - WIN! Je li sport dobar biznis? Zoran Gobac (HRS, Hrvatska) Ivan Lovreček (RTL, Hrvatska) Ivica Žigić (HEP, Hrvatska) MODERATOR: Nino Štambuk (RTL, Hrvatska)	10.00 - 11.00 Vaše Facebook uspomene žive u Švedskoj Anders Granberg (Node Pole, Švedska) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija) 	10.00 - 11.00 Utrke s dijabetesom Thomas Raeymaekers (Team Novo Nordisk, Belgija) MODERATOR: Iva Šlentić (freelance/HRT, Hrvatska)	10.00 - 11.00 Mindfulness – prozor u svijet sadašnjeg trenutka Mihailo Pažanin (ISOD, Hrvatska)	
11.00 - 11.15 COFFEE BREAK	11.15 - 12.15 ONE ON ONE: Srđan Šaper Srđan Šaper (I&F McCann Grupa, Srbija) MODERATOR: Tomo Ricov (Pepermint, Hrvatska)	11.15 - 12.15 Baby You Can Drive My Car Krešimir Dvorski (Nextbike, Hrvatska) Vlatka Kamenić Jagodić (HEP, Hrvatska) Matheus Rioli (Turo, International) Davor Tremac (Uber, Hrvatska i CE Europa) Nikolai Votitouk (FlixBus, CEE) MODERATOR: Zrinka Grancarić (HRT, Hrvatska) 	11.00 - 11.15 Kako je norveški startup Kahoot! iskoristio inkluzivan dizajn radi poboljšanja svjetskog obrazovanja Onny Eikhaug (Norveški centar za dizajn i arhitekturu, Norveška) Jamie Brooker (Kahoot!, Norveška) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija) 	11.00 - 11.15 COFFEE BREAK	11.15 - 12.15 Komunikacija u zdravstvu Mihael Furjan (Pliva Hrvatska, Hrvatska) Anita Galic (Hrvatsko farmaceutsko društvo, Hrvatska) Dubravko Kičić (Bicro BIOCentar, Hrvatska) Igor Pavleković (Microsoft Hrvatska, Hrvatska) MODERATOR: Mladen Kovaček (HT konferencija, Hrvatska)
12.15 - 12.30 COFFEE BREAK	12.30 - 14.00 Kreativno dokoličarenje Branimir Brkić (Terra Panonica, Srbija) Sašo Dimitrijević (Pristop skupina, Slovenija) Predrag Grubić (Adris grupa, Hrvatska) Bojan Hadžihalilović (Fabrika, BiH) Ivan Stanković (Communis DDB, Srbija) MODERATOR: Tomo Ricov (Pepermint, Hrvatska)	12.30 - 13.00 Izazovi transformacije medija Andrei Caramitru (BCG, Austrija) MODERATOR: Nikola Vrdoljak (404, Hrvatska) 13.00 - 14.00 Život u doba duopola Miran Pavić (Telegram Media Grupa, Hrvatska) Jovan Protić (onet RAS Pošta Group, Pojska) Boris Trupčević (Styria, Hrvatska) MODERATOR: Nikola Vrdoljak (404, Hrvatska)	12.30 - 13.00 Finski emoji - analiza slučaja digitalne diplomacije današnjice Petra Theman (Ministarstvo vanjskih poslova / Finski promidžbeni odbor, Finska) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija) 	12.15 - 12.30 Kako biti kretivan u doba mobilea? Maja Blumenmajn (Nova TV, Hrvatska) Diana Dumanić (Redview Media, Hrvatska) Fran Mubrin (404, Hrvatska) Sonja Stahor Gašpar (HT, Hrvatska) MODERATOR: Dražen Bračić (Direct Media, Hrvatska) 	12.30 - 13.00 Povezivanje TV oglasa s digitalnim oglasima na Googleu i Facebooku Andrej Boboš (SeekandHit, Hrvatska) Ivan Frančević (SeekandHit, Hrvatska) Mario Frančević (SeekandHit, Hrvatska) MODERATOR: Iva Šlentić (freelance/HRT, Hrvatska)
14.00 - 15.30 LUNCH BREAK	15.30 - 16.30 Integracija na BalCanneski način Vasilije Čorluka (Publicis One Adriatic, Makedonija) Petrica Krulj i Jernej Špende (Grey Ljubljana, Slovenija) Igor Mladinović (Imago Ogilvy, Hrvatska) Jasmina Nikolić (New Moment New Ideas Company, Srbija) Almir Okanović (BBDO Zagreb, Hrvatska) MODERATOR: Davor Bruketa (Bruketa&Žinić OM, Hrvatska)	15.30 - 16.30 House of Cards Edhem Foča (Aljazeera Network, BiH) Slobodan Georgijev (Vreme/BIRN, Srbija) Ksenija Kardum (Nova TV, Hrvatska) Zoran Šprajc (RTL, Hrvatska) MODERATOR: Hrvoje Krešić (N1, Hrvatska)	15.30 - 16.30 Festival kao privremeni grad Martin Hjorth Frederiksen (Roskilde Festival, Danska) Dennis Kirkebæk (Roskilde Festival, Danska) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija) 	13.30 - 15.30 Novinarstvo koje je razotkrilo nogomet kao prljavu igru Jonathan Calvert (The Sunday Times, Velika Britanija) MODERATOR: Ana Muhar (Jutarnji list, Velika Britanija/Hrvatska)	15.30 - 16.30 Od Ramonesa do Rozge Boris Jokić (Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Hrvatska) MODERATOR: Goran Blagus (Bamboo Lab, Hrvatska)
16.30 - 16.45 COFFEE BREAK	16.30 - 16.45 Indoor kreativac dvorana Vrt Dominik Osterholz (Google Digital Academy, Njemačka) MODERATOR: Ivana Brkić Tomljenović (Nova TV, Hrvatska)	16.45 - 17.45 Google, kaj ima? Damjana Domanovac (Place2go, Hrvatska) Jelena Joksimović (Ljepota&Zdravlje / Svjet Print, BiH) Duška Jovanović (Elle, Srbija) Dušan Lukić (Adria Media, Slovenija) MODERATOR: Robert Čoban (Color Press Group, Srbija)	16.45 - 17.45 Svetско, a naše Marin Čurković (adscanner, Austria/Hrvatska)  17.15 - 17.30 COFFEE BREAK	16.45 - 17.45 Uvidi u TV nove generacije: kako data-driven pristupi ometaju TV oglašavanje Marin Čurković (adscanner, Austria/Hrvatska)  17.30 - 18.30 Što žene žele Ivan Stanković (Communis DDB, Srbija) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija)	16.45 - 17.45 Zašto si prestao biti cool, Instagram? Marijana Matan (Xantie Digital, Hrvatska) MODERATOR: Tomislav Ramljak (Centar za nestalu i zlostavljanu djecu, Hrvatska)
16.45 - 18.45 BalCannes predstavljanje 25 najboljih projekata MODERATOR: Iva Šlentić (Hrvatska)					

13:00 - 14.00 CENTRO DI RICERCHE STORICHE / CENTAR ZA POVIJESNA ISTRAŽIVANJA ROVINJ - ROVIGNO, TRG MATTEOTTI 13

Političko brendiranje uz pomoć medija - studija slučaja: Josip Broz Tito

Rino Cigui (Centar za povijesna istraživanja, Rovinj - Rovigno, Hrvatska) | Denis Kuljić (Hrvatska)

MODERATOR: Stanko Crnobrnja (Fakultet za medije i komunikacije - Univerzitet Singidunum, Srbija)

WEEKEND STAGE	SUMMER HOUSE STAGE	NORDICS EXPOSED STAGE	LABORATORY STAGE	WORKSHOP STAGE	WEEKEND WORK SPACE
10am - 11am Where has American TV Content Gone? The Future of Television Rory Buckley (Disney, CCE) Željko Mitrović (Pink TV, Serbia) Pete Smith (Antenna Group, UK) Henning Tewes (RTL, Croatia) MODERATOR: Antonija Mandić (Croatia)	10am - 11am WIN – WIN! Is Sport a Good Business? Zoran Gobac (HRS, Croatia) Ivan Lovreček (RTL, Croatia) Ivica Žigić (HEP, Croatia) MODERATOR: Nino Štambuk (RTL, Croatia)	10am - 11am Your Facebook Memories Live in Sweden Anders Granberg (Node Pole, Sweden) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia) 	10am - 11am Racing with Diabetes Thomas Raeymaekers (Team Novo Nordisk, Belgium) MODERATOR: Iva Šlentić (freelance/HRT, Croatia)	10am - 11am Mindfulness – the Window Into the World of Now Mihajlo Pažanin (ISOD, Croatia)	
11am - 11.15am COFFEE BREAK	11.15am - 12.15pm ONE ON ONE: Srđan Šaper Srđan Šaper (I&F McCann Grupa, Serbia) MODERATOR: Tomo Ricov (Peppermint, Croatia)	11.15am - 12.15pm Baby You Can Drive My Car Krešimir Dvorski (Nextbike, Croatia) Vlatka Kamenič Agodić (HEP, Croatia) Matheus Riofi (Turo, International) Davor Tremac (Uber, Croatia i CE Europa) Nikolai Votitouk (FlixBus, CEE) MODERATOR: Zrinka Grancarić (HRT, Croatia) 	11am - 11.15am How Norwegian Startup Kahoot! Used Inclusive Design as a Tool to Improve Education Globally Onny Eikhaug (Norwegian Centre for Design and Architecture, Norway) Jamie Brooker (Kahoot!, Norway) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia) 	11.15am - 12.15pm Communication in Healthcare  Mihael Furjan (Pliva Croatia, Croatia) Anita Galic (Croatian Pharmaceutical Society, Croatia) Dubravko Kičić (Bicro BIOCentar, Croatia) Igor Pavleković (Microsoft Hrvatska, Croatia) MODERATOR: Mladen Kovaček (HT konferencija, Croatia)	11.15am - 12.15pm The Psychology of Social Media and Unsocial Comments Marta Dumančić (behave_analytics & behavioural consultancy, Croatia) Boris Šurić (behave_analytics & behavioural consultancy, Croatia)
12.15pm - 12.30pm COFFEE BREAK	12.30pm - 2pm Creative Loitering Branimir Brkić (Terra Panonica, Serbia) Sašo Dimitrijević (Pristop skupina, Slovenia) Predrag Grubić (Adris grupa, Croatia) Bojan Hadžihalilović (Fabrika, Bosnia and Herzegovina) Ivan Stanković (Communis DDB, Serbia) MODERATOR: Tomo Ricov (Peppermint, Croatia)	12.30pm - 1pm Tackling the Challenges of Media Transformation Andrei Caramitru (BCG, Austria) MODERATOR: Nikola Vrdoljak (404, Croatia)	12.30pm - 1.30pm Finland emojis - A Case Study in Digital Diplomacy of Today Petra Theman (Ministry for Foreign Affairs of Finland, Director of Public Diplomacy / Finland Promotion Board, Secretary General, Finland) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia) 	12.30pm - 1.30pm How to be Creative in Mobile Times? Maja Blumenšajn (Nova TV, Croatia) Diana Dumančić (Redview Media, Croatia) Fran Mubrin (404, Croatia) Sonja Stahor Gašpar (HT, Croatia) MODERATOR: Dražen Bračić (Direct Media, Croatia) 	12.30pm - 1.30pm Linking Digital TV Ads to Google and Facebook Andrej Boboš (SeekandHit, Croatia) Ivan Frančević (SeekandHit, Croatia) Mario Frančević (SeekandHit, Croatia) MODERATOR: Iva Šlentić (freelance/HRT, Croatia)
2pm - 3.30pm LUNCH BREAK	3.30pm - 4.30pm Integration, the BalCannes Way  Vasilije Čorluka (Publicis One Adriatic, Macedonia) Petrica Krulj i Jernej Špende (Grey Ljubljana, Slovenia) Igor Mladinović (Imago Ogilvy, Croatia) Jasmina Nikolić (New Moment New Ideas Company, Serbia) Almir Okanović (BBDO Zagreb, Croatia) MODERATOR: Davor Bruketa (Bruketa&Žinić OM, Croatia)	3.30pm - 4.30pm House of Cards Edhem Foča (Aljazeera Network, Bosnia and Herzegovina) Slobodan Georgijev (Vreme/BIRN, Serbia) Ksenija Kardum (Nova TV, Croatia) Zoran Šprajc (RTL, Croatia) MODERATOR: Hrvoje Krešić (N1, Croatia)	3.30pm - 4.30pm The Festival as a Temporary City Martin Hjorth Frederiksen (Roskilde Festival, Denmark) Dennis Kirkebæk (Roskilde Festival, Denmark) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia) 	3.30pm - 4.30pm The Journalism That Exposed Football as the Ugly Game Jonathan Calvert (The Sunday Times, UK) MODERATOR: Ana Muhar (Jutarnji list, UK/Croatia)	3.30pm - 4.30pm From the Ramones to Rozga Boris Jokić (Institute for Social Research in Zagreb, Research Associate, Croatia)
4.30pm - 4.45pm COFFEE BREAK	4.30pm - 4.45pm Indoor kreativac  Google What's Next Dominik Osterholz (Google Digital Academy, Germany)	4.45pm - 5.45pm Global, yet Ours Damjana Domanovac (Place2go, Croatia) Jelena Joksimović (Ljepota&Zdravlje / Svet Print, Bosnia and Herzegovina) Duška Jovanović (Elle, Serbia) Dušan Lukić (Adria Media, Slovenia) MODERATOR: Robert Čoban (Color Press Group, Serbia)	4.45pm - 5.15pm Next-Generation TV Insights: How TV advertising is Being Disrupted by Data-Driven Approaches Marin Curković (Adscanner, Austria/Croatia) 	4.45pm - 5.45pm Why Did You Stop Being Cool, Instagram? Marijana Matan (Xantie Digital, Croatia)	4.45pm - 5.45pm Children of the Digital Jungle Tomislav Ramijak (Center for Missing and Exploited Children and Safer Internet Centre, Croatia)
4.45pm - 6.45pm BalCannes Presents: 25 Best Projects  MODERATOR: Iva Šlentić (Croatia)			5.15pm - 5.30pm COFFEE BREAK	5.30pm - 6.30pm What Women Want Ivan Stanković (Communis DDB, Serbia) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia)	

1pm - 2pm CENTRO DI RICERCHE STORICHE / CENTER FOR HISTORICAL RESEARCH ROVINJ - ROVIGNO, TRG MATTEOTTI 13

Political Branding via Media – Case Study: Josip Broz Tito

Rino Cigui (Center for Historical Research, Rovinj-Rovigno, Croatia) | Denis Kuljić (Croatia)

MODERATOR: Stanko Crnobrnja (Faculty of Media and Communications, Regular - University Singidunum, Professor, Serbia)

DVORANA VIKEND	DVORANA VIKENDICA	DVORANA NORDICS EXPOSED	DVORANA LABORATORIJ	DVORANA RADIONICA	VIKEND RADNI PROSTOR
10.00 - 11.00 STEM, je t'aime: budućnost je već počela Nenad Bakić (IRIM, Hrvatska) Boris Drilo (HT, Hrvatska) Boris Jokić (Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Hrvatska) Marko Matijević (srednja.hr, Hrvatska) Mate Rimac (Rimac Automobili, Hrvatska) MODERATOR: Nino Đula (Jutarnji list, Hrvatska)	10.00 - 11.00 Agrokor naš svagdašnji Violeta Colić (Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri, Hrvatska) Gjoko Drljača (Jutarnji list, Hrvatska) Ivan Hrstić (N1 Televizija / Večernji list, Hrvatska) Marko Matijević (srednja.hr, Hrvatska) Krešimir Macan (Marjigura, Hrvatska) MODERATOR: Mislav Togonai (HRT, Hrvatska)	10.00 - 11.00 ONE ON ONE: Kako dobiti veliku publiku za ozbiljne vijesti Jon Laurence (Channel 4, Velika Britanija)	10.00 - 11.00 CroatiaFeeds - prvi hrvatski case study za Google Daniel Andrade (Google Zoo, Francuska) Tino Kera (BBDO, Hrvatska) Kristjan Staničić (HTZ, Hrvatska) MODERATOR: Ivana Dragičević (N1 Televizija, Hrvatska)	10.00 - 11.00 GDPR 2018 - što nas očekuje i kako se pripremiti? Mario Perica (odvjetnik u suradnji s Karanović & Nikolić, Hrvatska) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija)	10.00 - 11.00 Infografike i Visual Storytelling - Kako dobrom pričom doprijeti do korisnika Boris Benko (Infographic Box IDS, Hrvatska)
11.00 - 11.15 COFFEE BREAK	11.15 - 12.15 Izgubljeni u prijevodu Damir Ciglar (Imago Ogilvy, Hrvatska) Sanja Milinović (HT, Hrvatska) Helena Trajkovski (Mastercard, Hrvatska) Jakov Vlović (Utorak, Hrvatska) MODERATOR: Marijana Prpić (Google, Adriatic region)	11.15 - 12.15 Radio jači nego ikada Clive Dickens (Seven West Media, Australija) Rüdiger Landgraf (Kronehit, Austrija) Katarina Sučić (Antena Zagreb, Hrvatska) MODERATOR: Tatjana Jurčić (Narodni radio, Hrvatska) Ivan Vučušić (Enter Zagreb, Hrvatska)	11.00 - 11.15 Transformirajte svoj posao uz strojno učenje (Machine Learning) i izmjerite koliko plaćate uz Brand Impact Inna Tokarev Sela (SAP Innovation Center Israel, Izrael)	11.15 - 12.15 Kako nastaje Weekend Boris Kovaček (Pepermint, Hrvatska)	11.15 - 12.15 Hack it! Tips&tricks za osvajanje hackathona u 24 sata Bojan Opačak (Maggie, Hrvatska) Ana Pauzar (HT, Hrvatska)
12.15 - 12.30 COFFEE BREAK	12.30 - 14.00 SoMo Borac MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Hrvatska)	12.30 - 14.00 Sve što ste oduvijek željeli znati o susjedima, a niste ih se usudili pitati Dragoljub Misko Ljubičić (Srbija) Damir Nikšić (BiH) Dragoljub Draža Petrović (Danas, Srbija) Srđan Puhalo (BiH) Borna Šor (Newsbar, Hrvatska) Domagoj Zovak (Newsbar, Hrvatska) MODERATOR: Jugoslav Čosić (N1 Televizija, Srbija), Tihomir Ladišić (N1 Televizija, Hrvatska) Amir Zukić (N1 Televizija, BiH)	12.30 - 13.00 Nova era digitalnog bankarstva - chatiraj se Srđan Novaković (Addiko Group, Austrija) Momchil Elenkov (Viber, Bugarska) MODERATOR: Ida Prester (Hrvatska/Srbija)	12.30 - 13.30 Svakog dana u svakom pogledu sve više napredujemo Hrvoje Patajac (Adris Grupa, Hrvatska) Vedrana Pribićević (ZSEM, Hrvatska) Velimir Šonje (Arhivanalitika / Ekonomski lab, Hrvatska) Josip Tica (Ekonomski fakultet Zagreb, Hrvatska)	12.30 - 13.00 Bizmatch.me: Networking i matchmaking tehnologije i trendovi u izložbenoj i event industriji Uroš Mlakar (Bizmatch, Slovenija) Jure Poljak (Bizmatch, Slovenija)
14.00 - 15.30 MEAT KING LUNCH BREAK	15.30 - 16.30 10 godina digitala Sašo Dimitrijević (Pristop skupina, Slovenija) Jan Jilek (IAB Croatia, Hrvatska) Nikola Vrdoljak (404, Hrvatska) Ivan Živković (Pioniri, Srbija) MODERATOR: Hrvoje Odak (Zagrebačka banka, Hrvatska)	15.30 - 16.30 Novinar/stvo 21. stoljeća Ivana Galić Baksa (Nova TV, Hrvatska) Goran Gavranović (24sata, Hrvatska) Dražen Klarić (Večernji list, Hrvatska) Goran Ogurlić (Jutarnji list, Hrvatska) MODERATOR: Gordana Galović (404, Hrvatska)	13.00 - 13.15 COFFEE BREAK	13.15 - 13.45 Digitalno oglašavanje = Programmatic? Simon Struna (iPROM, Slovenija)	13.00 - 13.15 COFFEE BREAK
16.30 - 16.45 COFFEE BREAK	16.45 - 17.45 Kamo dalje rođače? Sasha Savic (Mediacom, SAD)	16.45 - 17.45 PR - deset godina kasnije UVOD: Darja Kupinić Guščić (Newton Media SEE/MediaNet/AMEC, Hrvatska) Mario Aunedi Medek (Media val, Hrvatska) Nina Išek Medugorac (HT, Hrvatska) Aleksandra Kolarić (HUO), Hrvatska) Elena Wolsperger Doležil (Dukat, Hrvatska) MODERATOR: Igor Prstec (404, Hrvatska)	16.45 - 17.45 RTS Planet - Sektor za razvoj i nove poslove Branislav Antović (RTS, Srbija)	16.45 - 17.45 Kreativci svijeta, ujedinite se: budućnost oglašavanja je umjetnost, a budućnost umjetnosti je oglašavanje! Abdulah Skaka (Grad Sarajevo, BiH) Sarita Vuković (Muzej savremene umjetnosti RS, BiH) Tadej Glaz (Fakultet za arhitekturu Ljubljana, Slovenija) Yane Čalovski (vizualni umjetnik, Makedonija) Koan Jeff Baya (Iječnik, nezavisni kustos i kreativni direktor, SAD)	13.15 - 13.45 Kome još treba MBA? Goran Radman (Visoko učilište Algebra, Hrvatska) Ivana Conjar (Visoko učilište Algebra, Hrvatska) Marijo Volarević (HT, Hrvatska)
16.45 - 17.45 Hrvatska ide naprijed? Mladen Fruk (McKinsey & Company, Hrvatska) Vjekoslav Jadrešić (CROZ, Hrvatska) Dražen Mavrić (Nova TV, Hrvatska) Maruška Vizek (Ekonomski institut, Hrvatska) MODERATOR: Danijela Jozić (Tportal, Hrvatska)	17.45 - 18.00 MediaNet predstavlja istraživanje: Tko je najpopularniji, a tko najbolji novinar MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Hrvatska)	17.45 - 18.00 MediaNet predstavlja istraživanje: Tko je najpopularniji, a tko najbolji novinar MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Hrvatska)	16.45 - 17.45 COFFEE BREAK	16.45 - 17.45 COFFEE BREAK	15.30 - 16.30 HT kao STEM UP akcelerator Marin Erceg (Aspida, Hrvatska) Hrvoje Horvat (SightRun, Hrvatska) Marin Trošelj (STEMI, Hrvatska) Bojan Muščet (HT, Hrvatska)
17.45 - 18.00 COFFEE BREAK			17.45 - 18.00 COFFEE BREAK		15.30 - 16.30 COFFEE BREAK

WEEKEND STAGE	SUMMER HOUSE STAGE	NORDICS EXPOSED STAGE	LABORATORY STAGE	WORKSHOP STAGE	WEEKEND WORK SPACE
10am - 11am STEM, je t'aime: The Future is Now Nenad Bakić (IRIM, Croatia) Boris Drilo (HT, Croatia) Boris Jokić (Institute for Social Research in Zagreb, Croatia) Marko Matijević (srednja.hr, Croatia) Mate Rimac (Rimac Automobili, Croatia) MODERATOR: Nino Đula (Jutarnji list, Croatia)	10am - 11am Our Daily Agrokor Violeta Colić (Communications Office Colić, Laco and Partners, Croatia) Gjoko Drljača (Jutarnji list, Croatia) Ivan Hrstić (N1 Televizija / Večernji list, Croatia) Krešimir Macan (Marjigura, Croatia) MODERATOR: Mislav Togonai (HRT, Croatia)	10am - 11am ONE ON ONE: How to Get Big Audiences for Serious News Jon Laurence (Channel 4, UK) MODERATOR: Ivana Dragičević (N1 Televizija, Croatia)	10am - 11am CroatiaFeeds- the First Croatian Case Study for Google Daniel Andrade (Google Zoo, France) Tino Kera (BDDO, Croatia) Kristjan Stanić (HTZ, Croatia) MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Croatia)	10am - 11am GDPR 2018 – What to Expect and How to Prepare? Mario Perica (odvjetnik u suradnji s Karanović & Nikolić, Croatia) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia)	10am - 11am Infographics and Visual Storytelling – How a Good Story Reaches the Consumer Boris Benko (Infographic Box IDS, Croatia)
11am - 11.15am COFFEE BREAK	11.15am - 12.15pm What's Your Number? An Agency Perspective on Sustainability Hans Martin Megård (Scandinavian Design Group, Norway) SCANDINAVIAN DESIGN GROUP 	11.15am - 12.15pm Lost in Translation Damir Ciglar (Imago Ogilvy, Croatia) Sanja Milinović (HT, Croatia) Helena Trajkovski (Mastercard, Croatia) Jakov Vlović (Utorak, Croatia) MODERATOR: Marijana Prpić (Google, Adriatic region)	11.15am - 12.15pm Radio Stronger Than Ever Clive Dickens (Seven West Media, Australia) Rüdiger Landgraf (Kronehit, Austria) Katarina Sučić (Antena Zagreb, Croatia) MODERATOR: Tatjana Jurčić (Narodni radio, Croatia) Ivan Vučušić (Enter Zagreb, Croatia)	11.00 - 11.15 COFFEE BREAK	11.15am - 12.15pm How the Weekend is Made Boris Kovaček (Pepermint, Croatia)
12.15pm - 12.30pm COFFEE BREAK	12.30pm - 2pm SoMo Borac MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Croatia)	12.30pm - 2pm Everything You Always Wanted to Know About Your Neighbors, but Were Afraid to Ask Dragoljub Misko Ljubičić (Serbia) Damir Nikšić (Bosnia and Herzegovina) Dragoljub Draža Petrović (Danas, Serbia) Srđan Puhalo (Bosnia and Herzegovina) Borna Šor (Newsbar, Croatia) Domagoj Zovak (Newsbar, Croatia) MODERATOR: Jugoslav Čosić (N1 Televizija, Serbia), Tihomir Ladišić (N1 Televizija, Croatia) Amir Zukic (N1 Televizija, Bosnia and Herzegovina)	12.30pm - 1pm New Era of Digital Banking – Chat Yourself Srđan Novaković (Addiko Group, Austria) Momchil Elenkov (Viber, Bulgaria) MODERATOR: Ida Prester (Croatia/Serbia) 	12.30pm - 1.30pm Every Day, In Every Way, We Are Getting Better and Better Hrvoje Patajac (Adris Grupa, Croatia) Vedrana Pribićević (ZSEM, Croatia) Velimir Šonje (Arhivanalitika / Ekonomski lab, Croatia) Josip Tica (Ekonomski fakultet Zagreb, Croatia)	12.30pm - 1pm Bizmatch.me: Networking and Matchmaking Technologies and Trends in Event & Exhibition Industries Uroš Mlakar (Bizmatch, Slovenia) Jure Poljsak (Bizmatch, Slovenia)
2pm - 3.30pm MEAT KING LUNCH BREAK	3.30pm - 4.30pm 10 Years of Digital Sašo Dimitrijević (Pristop skupina, Slovenia) Jan Jilek (IAB Croatia, Croatia) Nikola Vrdoljak (404, Croatia) Ivan Živković (Pioniri, Serbia) MODERATOR: Hrvoje Odak (Zagrebačka banka, Croatia)	3.30pm - 4.30pm 21st Century Journalist Ivana Galić Baksa (Nova TV, Croatia) Goran Gavranović (24sata, Croatia) Dražen Klarić (Večernji list, Croatia) Goran Ogurić (Jutarnji list, Croatia) MODERATOR: Gordana Galović (404, Croatia)	3.30pm - 4.30pm Meaning is the New Currency Eric Schoeffler (Havas Group Germany, Germany) MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Croatia)	3.30pm - 4.30pm Tell Me a Story Pete Radovich (CBS, Croatia)	3.30pm - 4.30pm HT as a STEM UP accelerator Marin Erceg (Aspida, Croatia) Hrvoje Horvat (SightRun, Croatia) Marin Trošelj (STEMI, Croatia) Bojan Muščet (HT, Croatia)
4.30pm - 4.45pm COFFEE BREAK	4.45pm - 5.45pm Where to Next, Cousin? Sasha Savic (Mediacom, USA)	4.45pm - 5.45pm PR- Ten Years Later UVOD: Darja Kupinić Guščić (Newton Media SEE/MediaNet/AMEC, Croatia) Mario Aunedi Medek (Media val, Croatia) Nina Išek Medugorac (HT, Croatia) Aleksandra Kolarčić (HUO), Croatia) Elena Wolsperger Doležil (Dukat, Croatia) MODERATOR: Igor Prstec (404, Croatia)	4.45pm - 5.45pm RTS Planet – Department for Development and New Business Affairs Branislav Antović (RTS, Serbia)	4.45pm - 5.45pm Creatives of the World Unite: Future of Advertising is Art and Future of Art is Advertising! Abdulah Skaka (City of Sarajevo, Bosnia and Herzegovina) Sarita Vujković (Museum of Contemporary Art RS in Banja Luka, Bosnia and Herzegovina) Tadej Glaz (Faculty of Architecture Ljubljana, Slovenia) Yane Čalovski (Visual Artist, Macedonia) Koan Jeff Baysa (Physician, Independent Curator and Creative Director, USA)	4.45pm - 5.45pm 
4.45pm - 5.45pm COFFEE BREAK	5.45pm - 6.00pm MediaNet Presents: Who is the Most Popular, and Who is the Best Journalist MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Croatia)	5.45pm - 6.00pm MediaNet Presents: Who is the Most Popular, and Who is the Best Journalist MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Croatia) 	5.45pm - 6.00pm COFFEE BREAK	5.45pm - 6.00pm MediaNet Presents: Who is the Most Popular, and Who is the Best Journalist MODERATOR: Iva Šulentić (freelance/HRT, Croatia)	5.45pm - 6.00pm COFFEE BREAK



Sjaj u tami.



Više od struje

govornici

speakers

PETAK / 15.30 -16.30 / DVORANA LABORATORIJ BY WWF // FRIDAY / 3.30pm - 4.30pm / LABORATORY STAGE BY WWF

PETAK / 12.30 - 13.00 / DVORANA VIKENDICA // FRIDAY / 12.30pm - 1pm / SUMMER HOUSE STAGE

Jonathan Calvert

The Sunday Times, urednik istraživačkog tima (Velika Britanija)
The Sunday Times, Editor of Insight Team (UK)

MODERATOR:
Ana Muhar Blanquart
Jutarnji list, dopisnica iz Londona (Velika Britanija)
Jutarnji list, London Correspondent (UK)

Jonathan Calvert je višestruko nagrađivani novinar. Kao voditelj istraživačkog tima za Sunday Times u kojem radi preko 12 godina, Jonathan je i urednik s najdužim stažom u kompaniji. Sa svojim timom dobio je niz nagrada, uključujući i nagradu Paul Foot za najbolju kampanju i istraživačko novinarstvo, nagradu za istragu godine, kao i nagradu za sportskog novinara godine. Više puta je proglašen najutjecajnjim britanskim novinarcem. Nedavno je ostvario nevjerojatan uspjeh svojim prilogom o korupciji u FIFA-i, što je na kraju dovelo do pada viših dužnosnika FIFA-e. Zajedno s kolegicom Heidi Blake opisao je senzacionalan proces istrage u knjizi „The Ugly Game“. Jonathan živi u Londonu, otac je dvoje djece i, unatoč svojim otkrićima, i dalje jako voli sport.

Jonathan Calvert is an award winning journalist. Having led the investigative Insight team at the SundayTimes for more than twelve years, he is its longest-serving editor. With his team Jonathan has won a series of awards, including The Paul Foot Award for campaigning and investigative journalism and Investigation of the Year and Sports Journalist of the year. On numerous occasions Jonathan has been named the most influential British journalist. Lately he has achieved extraordinary success with his work on the FIFA files which indirectly led to the downfall of old structures of FIFA. Together with his colleague Heidi Blake he described the sensational process of investigation in the book “The Ugly Game.” Jonathan lives in London, is a father of two and, despite his findings, is still keen on sports.

Novinarstvo koje je razotkrilo nogomet kao prljavu igru

Kada su Jonathan Calvert i njegov tim u Sunday Timesu dobili stotine milijuna dokumenata od zviždača, proveli su mjesecu da istraže jedan od najvećih skandala u povijesti nogometa. Tako zvana dokumentacija FIFA-e otkrila je istinu izaznajuće činjenice da se održavanje Svjetskog prvenstva 2022. godine odobrilo Kataru, zemlji bez imalo nogometne tradicije, s nepovoljnom klimom i bez odgovarajuće infrastrukture. Nadalje, njihova istraživanja ih je indirektno dovelo do kraja FIFA-e kao takve. Ana Muhar Blanquart, londonska dopisnica Jutarnjeg lista, blisko je pratila Jonathanov rad na istrazi te ga je nekoliko puta intervjuirala o njegovom novinarskom radu. Na Weekend Media Festivalu će razgovarati o Jonathanovom senzacionalnom radu na dokumentima FIFA-e, kao i o ostalim značajnijim radovima njegovog Insight tima te o tome zašto je istraživačko novinarstvo danas bitnije nego ikad.

The Journalism That Exposed Football as the Ugly Game

When Jonathan Calvert and his team at the Sunday Times received hundreds of millions of documents from a whistleblower it took them many months to put together one of the biggest scandals in the history of football. The so called FIFA files discovered the truth behind the surprising fact that the rights for the 2022 World Cup were won by Qatar, a place with almost no football tradition, difficult climate and no infrastructure. Further more, their work indirectly led to the end of FIFA as it was. Ana Muhar Blanquart, London Correspondent for Jutarnji list, was closely following Jonathan's work on the story and interviewed him several times on his journalism work. At the Weekend Media Festival they will talk about Jonathan's sensational work on the FIFA files, as well as other significant work he has done together with his Insight team, as well as why investigative journalism matters more than ever.

Andrei Caramitru

BCG, partner i direktor (Austrija)
BCG, Partner & Managing Director (Austria)

MODERATOR:
Nikola Vrdoljak
404, direktor (Hrvatska)
404, Director (Croatia)

Andrei Caramitru se pridružio Boston Consulting Group u rujnu 2016. Jedan je od voditelja BCG Technology, Media & Telecommunications (TMT) prakse u Europi te dijeli odgovornost za sve aktivnosti BCG-ove TMT prakse u srednjoj i istočnoj Europi. Prije BCG-a, Andrei je radio za najveće europske telekome. Specijalizirao se u masovne transformacije, korporativne finansije, agilne digitalne transformacije i komercijalni redizajn vođen inovacijom. Uz njegovo iskustvo s telekomima, Andrei je radio sa velikim brojem privatnih klijenata diljem Europe te podržavao velike finansijske institucije, primarno u srednjoj i istočnoj Europi, a otvorio je i McKinsey's ured u Rumunjskoj. Također je radio u UBS-u u M&S odjelu upravljanja imovinom i investicijskim bankarstvom u Londonu i Zurichu.

Andrei Caramitru joined The Boston Consulting Group in September 2016. He coleads BCG's Technology, Media & Telecommunications (TMT) practice in Europe and shares responsibility for all of BCG's TMT activities in Central & Eastern Europe (CEE). In past positions, Andrei has worked with some of the largest European telecoms. He specializes in large-scale transformations, corporate finance, agile digital transformations, and innovation-driven commercial redesign. In addition to his telecom expertise, Andrei has worked with large private equity clients in Europe, supported large financial institutions primarily in CEE, and engaged in economic development efforts in emerging markets. Prior to joining BCG, he founded and led McKinsey's office in Romania. He also worked at UBS in wealth management and investment banking M&A in London and Zurich.

Izazovi transformacije medija

Prihodi od oglašavanja dva globalna diva su astronomski te i dalje rastu: Google je veći od globalne print industrije, dok Facebook zauzima gotovo većinu od ukupnog broja radija na svijetu. Kako prihodi tiskarskih medija već godinama bježe drastičan pad, njihovi digitalni odjeli ne mogu nadoknaditi gubitak. U ovom trenutku, mnogi mediji se pokušavaju transformirati i naći poslovni model koji će im omogućiti da funkcioniraju i rastu. Također, teško je pronaći primjere koje bi medijska industrija mogla pratiti. Postoji li budućnost za medije? Koje su posljedice rušenja zida između novinarstva i oglašavanja? Da li novi poslovni modeli uništavaju/ubijaju novinarstvo? Jesu li Facebook i Google monopolii?

Tackling the Challenges of Media Transformation

The advertising revenue of both global giants are astronomical and rising: Google itself is bigger than the whole global print industry, while Facebook is almost larger than the total of radio broadcasters in the world. While print media's revenue has been dropping drastically for years, their internet divisions can't make up for the loss. At the moment, a lot of media is aiming to transform itself and find a model that will let them function and thrive. At the moment, it's hard to find examples the industry could follow. Is there a future for the media? What are the consequences of the breaking of the wall between advertising and journalism? Are new business models killing journalism? Are Facebook and Google monopolies?

PETAK / 11.15 - 12.15 / DVORANA NORDICS EXPOSED // FRIDAY / 11.15am - 12.15pm / NORDICS EXPOSED STAGE

Onny Eikhaug

Norveški centar za dizajn i arhitekturu, programska voditeljica (Norveška)
Norwegian Centre for Design and Architecture, Programme Leader (Norway)



Jamie Brooker

Kahoot!, osnivač i savjetnik (Norveška)
Kahoot!, Founder & Adviser (Norway)



MODERATOR:

Ida Prester
Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)



Norwegian Embassy

Onny Eikhaug je voditeljica programa Norveškog centra za dizajn i arhitekturu, koji je odgovoran za inovacije i razvoj aktivnosti na području sveobuhvatnog dizajna za ljudе. Ona je također odgovorna za program Innovation for All, koji finansira norveška vlada, a čiji je cilj promocija inkluzivnog dizajna tvrtkama kao efektivne strategije za inovaciju. U središtu programa se nalaze prijenos znanja, stvaranje kompetencije, fokus na projekte industrije, trgovine i vlade, istraživanja, seminarice, radionice te međunarodne konferencije kao i jačanje trajnih mreža na tržištu. Predana je održivom dizajnu usmjerenom ljudima, a krajnji cilj joj je pokazati potencijal i prednosti ovog pristupa. Ona piše, objavljuje knjige i predaje u Norveškoj, ali i u drugim državama, te vrlo blisko surađuje s dizajnerima, obrazovnim institucijama, istraživačkim institucijama, industrijama te vladama. Odgovorna je za knjigu *Innovating with people – The Business of Inclusive Design*, koja je distribuirana diljem svijeta kao dio programa u školama dizajna te je platforma koncepta Executive Education in Inclusive Design. Onny ima široko iskustvo u međunarodnom marketingu, prodaji, inovacijama, razvoju proizvoda te upravljanjima projektima dizajna za osobne proizvode, ergonomsko osvjetljenje te moderan namještaj, a radila je za tvrtke poput Unilevera i Luxa diljem Europe i Sjedinjenih Američkih Država.

Onny Eikhaug is a Programme Leader at the Norwegian Centre for Design and Architecture, responsible for pioneering and developing the Centre's activities in the field of people-centred, inclusive design. She is also responsible for the Centre's government funded Innovation for All programme promoting inclusive design to business as an effective strategy for innovation. Central to the programme is knowledge transfer and exchange, competence building, focusing on projects with industry, trade and government, research, seminars, workshops, and international conferences as well as building lasting networks in the field. She is committed to sustainable, people-centred design and aims to demonstrate the potential and benefits of this approach. She writes, publishes, and lectures both in Norway and internationally, and works closely with designers, education, research institutions, industry and government. She is responsible for the Centre's book "Innovating with people –The Business of Inclusive Design" - distributed worldwide as a design school curriculum and the platform for the Executive Education in Inclusive Design concept. She has a broad experience in international marketing, sales, innovation, product development and design management in the fields of personal products, ergonomic lighting, and contemporary furniture having worked for companies such as Unilever and Luxo across Europe and the US.

predavanje // lecture

Kako je norveški startup Kahoot! iskoristio inkluzivan dizajn radi poboljšanja svjetskog obrazovanja

Dizajn nije samo estetika. Inkluzivni dizajn se temelji na razumijevanju svake osobe koja može koristiti naše proizvode i usluge, ali i na stvaranju rješenja koja udovoljavaju svim njihovim potrebama i željama. Razumijevanjem različitosti stistori, spolova, vještina i kulture kao najobičnije stvarnosti ljudskih bića, inkluzivni dizajn je strategija za stvaranje boljeg svijeta te alat za inovaciju u poslovanju. Ovo predavanje se fokusira na Norvešku koja je pionir inkluzivnog dizajna te baca poseban fokus na norveški startup i edukacijski brand Kahoot!, koji je trenutno na zadatku poboljšavanja obrazovanja na svjetskoj razini pristupanje čaroliji učenja za svakoga. Od svog lansiranja 2013., Kahoot! je pretvorio učenje zasnovano na igrama u fenomen pop kulture. Platforma igre trenutno ima preko 50 milijuna aktivnih korisnika i javnu knjižnicu od preko 20 milijuna edukativnih igara, koje su stvorili i podijelili korisnici u preko 180 zemalja. Razgovarati ćemo o tome kako je Kahoot! usvojio tehnike inkluzivnog dizajna kako bi pomogao nezainteresiranim studentima iz zadnjih klupa doći do prvih klupa (ali iz pravih razloga), i kako je njegov utjecaj pomogao učenicima diljem svijeta ostvariti njihov najveći potencijal. Publiku će čak moći i zaigrati koju Kahoot! igricu!

Jamie Brooker je osnivač i savjetnik platforme Kahoot!, jednog od najbrže rastućih edukativnih brendova koji koriste milijuni ljudi diljem svijeta svak dan. Jamie je bio na poziciji glavnog kreativnog direktora koji je vodio produkcijske i kreativne timove sve do svibnja 2017. godine, kada je odstupio od funkcije. Pod Jamiejevim vodstvom Kahoot! je od travnja 2013. godine, kada je pokrenut, narastao od istraživačkog projekta do platforme koju koristi 50 milijuna jedinstvenih korisnika mjesечно (uključujući čak trećinu svih učionica u Sjedinjenim Američkim Državama). Prije Kahoot!-a, Jamie je bio osnivač kreativne tvrtke We Are Human koja pomaže globalnim brendovima izgraditi dugoročnu vrijednost kroz bijehvoralni dizajn, storytelling i inkluzivnu tehnologiju, uspostavljajući nova poslovanja koja stvaraju društvene promjene, s posebnim naglaskom na učenje i igru. Tvrta surađuje sa startupima te ulazi u vlastiti internetski protokol kako bi lansirala nove poslove (ovom metodom je kasnije nastao i Kahoot!). Jamie sa strašću pristupa ideji design thinkinga s ciljem mijenjanja ponašanja i stvaranja uključivijeg društva. Po struci je Jamie industrijski dizajner sa preko 10 godina iskustva u stvaranju humanocentriranog doživljaja globalnih brendova kao što su Mercedes, BBC, ITV, Unilever i HP, ali i sa velikim brojem startupa iza sebe. Jamiejev rad se najviše temelji na igri, gamingu, učenju, angažmanu mladih, promjeni ponašanja itd.

predavanje // lecture

How Norwegian Startup Kahoot! Used Inclusive Design as a Tool to Improve Education Globally

Design isn't just aesthetics. Inclusive Design is about understanding each and every person that could use our products and services, and creating solutions that meet all of their needs and aspirations. By understanding diversity of age, gender, ability or culture as the most ordinary reality of being human, Inclusive Design is a strategy for building a better world, and a tool for innovation in business. This talk focuses on Norway as a pioneer of Inclusive Design, and has a particular focus on Norwegian startup and learning brand, Kahoot!, who are on a mission to improve education globally, by unlocking the magic of learning for everyone. Since its launch in 2013, Kahoot! has turned game-based learning into a pop culture phenomenon. The game platform now hosts over 50 million monthly active users and a public library of over 20 million learning games, created and shared by fans in over 180 countries. We will discuss how Kahoot! adopted Inclusive Design techniques to help bring disengaged students from the back of the class to the front (for all the right reasons), and how this impact was scaled to help learners all around the world realise their deepest potential. The audience will even get to play a game of Kahoot! too!

PETAK / 13.30 - 14.00 / DVORANA NORDICS EXPOSED // FRIDAY / 1.30pm - 2pm / NORDICS EXPOSED STAGE

PETAK / 10.00 - 11.00 / DVORANA NORDICS EXPOSED // FRIDAY / 10am - 11am / NORDICS EXPOSED STAGE



Mary Gestrin

Nordijsko vijeće ministara, šefica komunikacija (Danska)
Nordic Council of Ministers, Head of Communications (Denmark)



MODERATOR:

Ida Prester
Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)



Mary Gestrin je voditeljica komunikacija u Nordijskom vijeću ministara te u Nordijskom vijeću – organizacijama zaslužnim za službenu suradnju među vladama i parlamentima Švedske, Finske, Danske, Norveške i Islanda. Mary djeluje među ministrima i parlamentarcima, a njezin posao se sastoji od donošenja razumljivih političkih odluka te prikazivanja važnosti istih za stanovnike nordijskih zemalja. Nordijske vrijednosti i rješenja mogu biti inspiracija i za sve one koji žive izvan nordijskih zemalja, a međunarodni branding nordijskih zemalja je jedan od važnijih dijelova Maryinog portfelja. Prije nego što se pridružila Nordijskom vijeću, Mary je radila u raznim odjelima finske radio-televizije Yle – kao voditeljica interneta, voditeljica medija na švedskom jeziku te izvršni urednik i voditeljica dokumentarnih programa. Mary je rodom Finkinja, no trenutno živi u Kopenhagenu.

Mary Gestrin is Head of Communications at the Nordic Council of Ministers and the Nordic Council - the organisations for official cooperation between the governments and parliaments of Sweden, Finland, Denmark, Norway and Iceland. Her working field is where the ministers and parliamentarians are, and her job is to make political decisions comprehensible, and to show their relevance for the inhabitants of the Nordic countries. Nordic values and solutions can be an inspiration for those who live outside the Nordics as well, and international branding of the Nordics is another important part of Mary's portfolio. Before joining the Nordic cooperation, Mary worked at The Finnish Broadcasting Company Yle in many different roles; as Head of Internet, Head of the Swedish language Media, and Commissioning Editor and as Head of Factual Programmes. Mary is Finnish, but currently she lives in Copenhagen, Denmark.

predavanje // lecture

Nordijske zemlje – nepoznati uzor

The Nordics - An Unknown Role Model

Što je Nordijsko vijeće i zašto bi trebalo biti zanimljivo drugima? Kada se čini da globalna situacija postaje sve ozbiljnija i komplikiranija, a budućnost se teže predviđa, ponekad je mudro pobliže pogledati rješenja koja su se pokazala dobitna. Nordijsko vijeće, formalno organizirano kao Nordijski Savjet i Nordijsko vijeće ministara, jedno je od tih rješenja. Mary Gestrin, voditeljica komunikacija objiju organizacija, govorit će zašto je suradnja započeta, zašto postaje sve važnija i zašto bi drugi dijelovi svijeta trebali biti zainteresirani za nju.

What is Nordic cooperation and why should it be interesting for others? When the situation in the world seems getting more and more complicated and the future gets increasingly hard to predict, it's sometimes wise to look more closely at solutions that have turned out to be good. Nordic cooperation, formally organised as the Nordic Council and the Nordic Council of Ministers, is one of those. Mary Gestrin, head of communications for both organisations, will talk about why the cooperation started, why it gets more and more relevant, and why other parts of the world should be interested.

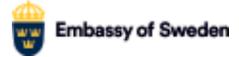


Anders Granberg

Node Pole, direktor (Švedska)
Node Pole, CEO (Sweden)



MODERATOR:
Ida Prester
Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)



Anders Granberg vodio je odjel marketinga i projekata u agenciji Luleå Business Agency između 2008. i 2011. godine, tijekom osnivanja Facebookovog megadata centra u švedskom gradu Luleå. Njegov tim se s vremenom pozicionirao kao vrlo značajan na internacionalnoj razini, što je rezultiralo njihovim golemim utjecajem u sektoru IT-ja u Švedskoj. Sama investicija je već otvorila na stotine poslova uz nagovještaj dodatnih tisuću poslova u Švedskoj. Anders Granberg je pokrenuo udruženu regionalnu agenciju The Node Pole, pomoći koje sjeverna Švedska okuplja još više organizacija te istovremeno privlači nove značajne investicije. Zahvaljujući impresivnim rezultatima njegovog tima na polju agilnog projektogn menadžmenta, poduzetništva i stvaranja interakcije kompleksnih sustava, Anders je nominiran za nagradu Project Manager of the Year in Sweden in 2013. Anders Granberg razvija lokacije i inovativne sustave zajedno s ključnim igračima u procesima koji teže povećanju međunarodne konkurentnosti.

Anders Granberg was Head of Marketing at Luleå Business Agency and Head of Project Manager (2008-2011) during Facebook's megadatacenter establishment in Luleå. The team succeeded in international competition creating one of the biggest IT impacts in Sweden. The investment has already given hundreds of jobs and predicted to give thousands of new jobs in Sweden. Anders Granberg has initiated the joint regional company The Node Pole, where Northern Sweden is being marketed for even more establishments, and today new milestone investments are attracted. With the team's impressive result of agile project forms, entrepreneurship and how complex systems can create interaction, Anders was nominated for the Project Manager of the Year in Sweden in 2013. Anders Granberg develops places and innovation systems together with key players in processes aimed at increase international competitiveness.

predavanje // lecture

Vaše Facebook uspomene žive u Švedskoj

Facebookovo izravno ulaganje u Švedsku - prekretnica za nordijske zemlje

Ako ste uploadali selfie u Londonu ili objavili status u Zagrebu, vaši će podaci biti spremljeni u hi-tech središtu u švedskom gradu Luleå. Prvi Facebook data centar izvan SAD-a zbog hladne klime, pouzdanih izvora obnovljive energije i talenata sa tehnološkog Sveučilišta Luleå smjestio se u Švedskoj. Kako je Švedska dovela Facebook na sami sjever i što to znači za regiju u kojoj sobovi uživaju u polarnoj svjetlosti, poslušajte na ovom predavanju.

Your Facebook Memories Live in Sweden

Facebooks Direct Investment in Sweden - A Game Changer for the Nordics

If you uploaded a selfie in London or posted a status update in Zagreb, chances are your information will be stored in a hi-tech hub in the Swedish town of Luleå. Facebook's first data center outside the US, has, due to its cold climate, reliable sources of renewable energy and talent from the technological University of Luleå, settled in Sweden. How Sweden brought Facebook all the way up North and what this means for the region in which elk's enjoy the Northern Lights, find out at this lecture...

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



Boris Jokić

Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, znanstveni surađnik (Hrvatska)
Institute for Social Research in Zagreb, Research Associate (Croatia)

Boris Jokić je rođen u Zagrebu 14. 10. 1976. godine. Diplomirao je psihologiju na Odsjeku za psihologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, a magistrirao je i doktorirao iz područja obrazovnih znanosti na Sveučilištu u Cambridgeu u Velikoj Britaniji. Od 2002. godine radi u Centru za istraživanje i razvoj obrazovanja Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu, trenutačno u statusu znanstvenog surađnika. Vodiće je brojne znanstvene projekte u području obrazovanja. Bio je član Nacionalnog operativnog tijela za izradu Strategije obrazovanja, znanosti i tehnologije Republike Hrvatske te voditelj Cjelovite kurikularne reforme ranog i predškolskog, osnovnoškolskog i srednjoškolskog odgoja i obrazovanja od 2015. do 2016. godine.

predavanje // lecture

Od Ramonesa do Rozge

Napredovanju koje će više sličiti punk-rock koncertu pokušat će se odgovoriti na sljedeća pitanja: „Kako je obrazovanje prikazano u suvremenoj glazbi?”, „Zašto se više glazbenika ne odlučuje opisati to razdoblje svog života u svojim radovima?”, „Što o školi i ljubavi pjevaju Švedanke, a što Hrvati?”, „Kako je Goran Bare završio u kurikulumu katoličkog vjeronauka?”, „Zašto je važno zvati se Johnny?”, „Zašto se u školi nužno mora pričati o turbofolk?“

From the Ramones to Rozga

This lecture, which will look more like a punk-rock concert will try and answer the following questions: „How is education depicted in modern music?”, „Why don't musicians ever write about their education?”, „What about school and love do Swedish girls and Croatian boys sing about?”, „How did Goran Bare end up in the Catholic catechism curriculum?”, „Why is it important to be called Johnny?”, „Why is it necessary to talk about turbofolk in school?“.

PETAK / 15.30 - 16.30 / DVORANA NORDICS EXPOSED // FRIDAY / 3.30pm - 4.30pm / NORDICS EXPOSED STAGE



Martin Hjorth Frederiksen

Roskilde Festival, International PR Manager (Danska)
Roskilde Festival, International PR Manager (Denmark)

Dennis Kirkebæk

Roskilde Festival, Digital and Social Media Manager (Danska)
Roskilde Festival, Digital and Social Media Manager (Denmark)



MODERATOR:

Ida Prester
Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)



Martin vodi međunarodne odnose s javnošću i komunikacije na festivalu Roskilde. To uključuje odnose s medijima tijekom godine i tijekom festivala, osiguravajući značajne priče te održavajući međunarodni brand festivala. Osim toga, ključan element njegovog posla je održavanje i jačanje međunarodnih odnosa dok traži nove i pouzdane veze i partnera unutar glazbenе industrije, medijskog krajolika itd. Martin je prethodno bio uključen u glazbeno novinarstvo, bio je vlasnik nezavisne diskografske kuće i kratkotrajno uživao u filmskoj industriji prije nego što se 2015. godine pridružio festivalu Roskilde.

Martin handles international PR and communications at Roskilde Festival. This includes press relations around the year and during the festival, making sure the festival communicates the important stories and maintains its international brand. Additionally, a key element of the job is to maintain and strengthen international relations whilst looking for new and trustworthy connections and partners within the music industry, the media landscape etc. Martin has previously been involved with music journalism, had an independent record label and enjoyed a brief stint in the film industry before joining the Roskilde Festival family in 2015.

predavanje // lecture

Festival kao privremeni grad

Tijekom osam dana svake godine, festival Roskilde postaje četvrti najveći danski grad. Ovaj grad ima 130 tisuća stanovnika i nudi sve što jedan pravi veliki grad treba nuditi: vrhunsku glazbu, spektakularnu umjetnost, slasnu hranu i prijatelje iz preko 75 različitih država te još mnogo toga. Kako možemo iskoristiti tu metaforu za grad, i najvažnije, kako je možemo komunicirati? Vratiti ćemo se do početka festivala davne 1971. godine te njegovih neprofitnih korijena pa propovutopati sve do sadašnjosti, ali i budućnosti. Kako festival funkcioniра kao veliki grad i u kojem smjeru želi ići? Koristeći podatke iz našega bogatog arhiva, prezentacija će sadržavati video i foto materijale, grafove, statistike ali i zanimljive činjenice iz prošlosti i sadašnjosti.

Dennis je dio organizacijskog tima festivala Roskilde od 2012. godine te je zadužen za njegove digitalne i društvene medije. Njegove dužnosti uključuju razvoj prisutnosti društvenih medija (strategija, upravljanje projektima i stvaranje sadržaja), digitalne kampanje, video projekte te nove medije poput virtualne stvarnosti. Nadalje, Dennis nadgleda razvoj festivalskih aplikacija, uključujući i službenu aplikaciju festivala Roskilde, koja tijekom održavanja festivala ima čak 100 tisuća korisnika, kao i projekt suradnje sa startupima kojima je dopušteno korištenje festivala kao igrališta za testove i razvoj digitalnih rješenja za budućnost.

Dennis has been part of Roskilde Festival since 2012 and is in charge of Roskilde Festival's digital and social media projects. This includes development of social media presence (both strategy, project management and content creation), digital campaigns, video projects and new media such as virtual reality. Furthermore, Dennis oversees the festival's app projects, including Roskilde Festival's official app with 100,000 users during the festival, and project collaborations with startups that we allow to use the festival as a playground for tests and development of digital solutions for the future.

The Festival as a Temporary City

For 8 days every year, Roskilde Festival becomes Denmark's fourth largest city. This "city" has 130,000 inhabitants and offers everything a big city must offer: world-class music, spectacular art, delicious food, friends from about 75 different countries and much more. How do we use this city metaphor and, crucially, how do we communicate it? We will take you back to the beginning of the festival in 1971 and its non-profit roots and all the way back to the present and the future: how does the festival work as a big city in terms, and where do we want to go? Using our rich archive, the presentation will offer video, photos, graphs, statistics and fun facts from then and now.

SUBOTA / 10.00 - 11.00 / DVORANA NORDICS EXPOSED // SATURDAY / 10am - 11am / NORDICS EXPOSED STAGE

Jon Laurence

Channel 4 News, Voditelj digitalnog odjela (UK)
Channel 4 News, Head of Digital (United Kingdom)



MODERATOR:

Ivana Dragičević

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



Jon Laurence odgovoran je za digitalnu produkciju nagradivanog britanskog TV programa. Nadgledao je ogroman rast engagementa prema velikim vijestima na društvenim platformama među mlađim gledateljima.

Jon Laurence is responsible for digital output for the award-winning British TV programme. He has overseen huge growth in engagement on social platforms among young audiences for major news stories.

predavanje // lecture

ONE ON ONE: Kako dobiti veliku publiku za ozbiljne vijesti

Imigrantska kriza, Sirija, Brexit, Trump i još mnogo toga; svijet nikada nije bio toliko zanimljiv, a ni mlađa publika se nikada nije toliko angažirala. Jon Laurence će nam objasniti kako osvojiti pažnju publike između 16 i 34 godine na platformama koje koriste – uz vrlo ozbiljne i zahtjevne vijesti.

ONE ON ONE: How to Get Big Audiences for Serious News

The refugee crisis, Syria, Brexit, Trump and much more. The world has seldom been more interesting and young audiences have rarely been more engaged. Jon Laurence will explain how to capture the interest of 16-34 year olds on the platforms where they consume material – with deeply serious and challenging news and current affairs material.

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

Hans Martin Megård

Scandinavian Design Groupa (SDG), izvršni direktor (Norveška)
Scandinavian Design Group (SDG), CEO (Norway)



MODERATOR:

Iva Šulentić

freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)



Hans Martin Megård je izvršni direktor Scandinavian Design Groupa (SDG). Analitički je orijentiran na postizanje rezultata te je konzultant za brendiranje dizajna s više od 20 godina iskustva u razvoju međunarodnih brendova. Prije nego što se pridružio skandinavskoj dizajnerskoj grupi, Hans je vodio svoju brending tvrtku Brandlab. Prije Brandlaba, Hans je bio direktor korporativnog brendiranja za Burson-Marsteller za Nordic. Radio je 13 godina u međunarodnoj agenciji za brendiranje Landor Associates u Dubaiju, Hamburgu i Londonu. Scandinavian Design Group (SDG) je vodeća agencija za brending i dizajn u nordijskoj regiji, s uredima u Oslo, Stockholmu i Kopenhagenu. Misija SDG-a je dizajnirati bolje poslovanje, kako za ljudе tako i za planet. Takva filozofija dizajna zasnovana je na dubokom uvjerenju da je za uspjeh brendova potrebno angažirati publiku u cilju realizacije zajedničkih ciljeva i kreiranja značajne uloge u životima, kako bi izgradili poslovni model koji obogaćuje srž poslovanja. Scandinavian Design Group (SDG) je kreirala uspješne kampanje za brending grada Oslo kao i dugoročnu strategiju i komunikaciju brendinga Norveške.

predavanje // lecture

Koji je tvoj broj? Agencijska perspektiva o održivom razvoju

Dok se svijet i mi u marketingu još uvijek navikavamo na utjecaje digitalizacije, pojavljuje se novi i još izazovniji svjetski trend. Tema koja će dominirati društвom i poslovanjem sljedeće generacije je održivost razvoja. U 2015. godini 193 svjetska lidera u Ujedinjenim narodima su se obvezali da će do 2030. godine ispuniti 17 ciljeva održivog razvoja. To nam daje manje od 5000 dana da promijenimo svijet. Održivost će imati velik utjecaj na naše klijente, a time i na nas u marketingu i medijskoj zajednici. U svojem predavanju pokušat ću objasniti kako je održivost podjednako izazov i prilika te kako pametne agencije ciljeve UN-a za održivi razvoj mogu koristiti kao sredstvo za izgradnju brendova. Također ću istražiti kako mi u marketinškoj zajednici možemo igrati ključnu ulogu u održivosti promoviranjem ciljeva održivog razvoja u našem radu s klijentima.

Hans Martin Megård is Nordic CEO for Scandinavian Design Group. He is an analytical and result oriented branding and design consultant with more than 20 years' experience developing international brands. Before joining Scandinavian Design Group Hans ran his own branding company, Brandlab. Prior to Brandlab, Hans was Nordic Director of Corporate Branding for Burson-Marsteller. He has worked in the international branding agency Landor Associates for 13 years in Dubai, Hamburg and London. Scandinavian Design Group (SDG) is the leading branding and design agency in the Nordic region, with offices in Oslo, Stockholm and Copenhagen. SDG's mission is to design better business, better for the people and the planet. It is a design philosophy rooted in firm belief that successful brands need to engage with audiences through a meaningful purpose, and build a business model with a triple bottom line. SDG work with many of the largest brands from the Nordic region. The company recently created successful campaigns for the city of Oslo and the long term strategy and communication for the branding of Norway.

What's Your Number? An Agency Perspective on Sustainability

As the world and the marketing community are still coming to terms with the impact of digitalisation, a new and even more disruptive megatrend is emerging. The topic that will dominate society and business for the next generation is sustainability. In 2015, 193 world leaders at the UN committed to meeting 17 Sustainable Development Goals by 2030. That gives us less than 5000 days to change the world. Sustainability will have a major impact on our clients, and therefore on us in the marketing and media community. In this talk, Hans Martin will look at how sustainability is both a challenge and an opportunity, and how smart agencies can use the UN Sustainable Development Goals as a tool for building brands. He will also explore how the marketing community can play a key role in driving sustainability by promoting the UN Sustainable Development Goals in their work with clients.

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



Dominik Osterholt

Google Digital Academy, Programme Lead (Njemačka)
Google Digital Academy, Programme Lead (Germany)



MODERATOR:

Ivana Brkić Tomljenović
Nova TV, reporterka (Hrvatska)
Nova TV, News Reporter (Croatia)

Dominik se pridružio Googleu u Dublinu 2008. godine kao Account Manager za male i srednje tvrtke. Nakon toga se preselio u Hamburg gdje je savjetovao njemačke agencije i ključne klijente o Googleovim medijskim proizvodima. Radio je s manjim grupama od par pa sve do preko 400 ljudi te redovito govori o temama kao što su Search, Display, Mobile, YouTube, Social i Analytics. U slobodno vrijeme Dominik obično svira gitaru i slaze websiteove za male i srednje tvrtke (ako se puno toga promijenilo otkad je napravio svoj prvi site davne 1997. godine). Usto je i majstor glazbenih stolica – Dominik drži titulu svjetskog prvaka u igri glazbenih stolica 2005. godine! Diplomirao je sociologiju na Sveučilištu u Münsteru.

Dominik joined Google in Dublin in 2008 as an Account Manager for small and medium businesses. Then he moved to Hamburg to consult German agencies and key clients on our media products. He's worked with groups of between two people and four hundred, and he regularly speaks on Search, Display, Mobile, YouTube, Social and Analytics. In his spare time, Dominik enjoys playing the guitar and creating websites for small and medium-sized businesses (though a lot has changed since his first site in 1997). He also spends time training at musical chairs – it's a little-known fact that he won the 2005 Musical Chairs World Cup! Dominik holds a Master Degree in Sociology from the University of Münster.

predavanje // lecture

Google, kaj ima?

Danas je mobile pokretač rasta za skoro svako poslovanje. U ovom predavanju, Dominik će predstaviti najvažnije prednosti i najbolje prakse koje bi digitalni oglašivači trebali pratiti kako bi ostali pri vrhu ovog izazova te iskoristili sve prilike mobile-first svijeta. Kad smo već kod toga...OK, Google: da li je moj posao spremjan za „Age of Assistance“?

Google What's Next

Mobile is a growth driver for nearly every business today. In his talk, Dominik is going to discuss the most important levers and best practices that digital marketers should follow to stay on top of the challenges and use all the opportunities of a mobile-first world. Speaking of which... OK, Google: is my business ready for the "Age of Assistance"?

PETAK / 10.00 - 11.00 / DVORANA LABORATORIJ BY WWF // FRIDAY / 10am - 11am / LABORATORY STAGE BY WWF



Thomas Raeymaekers

Team Novo Nordisk, sportski direktor juniorskog tima / ambasador tima (Belgija)
Team Novo Nordisk, Junior Team Sport Director / Team Ambassador (Belgium)



MODERATOR:

Iva Šulentić
freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)

Još od ranog djetinjstva Thomas Raeymaekers je sanjao o tome da postane profesionalni biciklist. Ovaj Belgijanac počeo se natjecati sa samo 10 godina, a kao junior je dosljedno završavao na postolju, kada je vozio za isti tim kao i tadašnji UCI-jev prvak svijeta. Kad je navršio 17 godina, nenadano je izgubio 8 kilograma te je završio u bolnici. Dijagnosticiran mu je dijabetes tip 1. Kako bi mu vrijeme brže prošlo, gledao je utrku Tour of Turkey. Na početku je Raeymaekers sumnjao da će nastaviti sa biciklističkim utrkama, ali nakon što je otkrio projekt Team Novo Nordisk, shvatio je da je moguće imati dijabetes i natjecati se. Javio se u Team Novo Nordisk za pomoć i sljedeće godine je potpisao ugovor za profesionalnu momčad. Kao netko tko je jedino sanjao da postane profesionalni trkač, Raeymaekers se osjeća kao da stvarno živi svoj san. Smatra da je Tour of Turkey, ista utrka koja ga je zabavljala dok je bio u bolnici, njegovo najveće dostignuće. Raeymaekers se povukao iz biciklizma 2015. godine. te je preuzeo novu ulogu ambasadora tima.

predavanje // lecture

Utrke s dijabetesom

Još od ranog djetinjstva Thomas Raeymaekers je sanjao o tome da postane profesionalni biciklist. Ovaj Belgijanac počeo se natjecati sa samo 10 godina, a kao junior je dosljedno završavao na postolju, vozeći za isti tim kao i tadašnji UCI-jev prvak svijeta. Kad je navršio 17 godina, nenadano je izgubio 8 kilograma te je završio u bolnici. Dijagnosticiran mu je dijabetes tip 1. Kako bi mu vrijeme brže prošlo, gledao je utrku Tour of Turkey. Raeymakers nam dolazi kako bi ispričao na koji je način dijabetes promijenio njegov život, kako su mu ljudi govorili da odustane, kako je otkrio prvi profesionalni biciklistički tim potpuno sastavljen od dijabetičara (Team Novo Nordisk) koji ga je naučio da nikada ne odustaje od svojih snova te kako se taj tim utrkuje kako bi inspirirao, educirao i ojačao sve ljudе koji boluju od dijabetesa.

Since childhood, Raeymaekers dreamed only of being a professional cyclist. The Belgian started competing at the age of 10. As a junior, he consistently finished on the podium and rode for the same team as the UCI Junior World Champion at that time. When he was 17, he unexpectedly lost 8 kilograms and was hospitalized. While in the hospital, he was diagnosed with type 1 diabetes. To pass time during his admittance, he watched the Tour of Turkey. Initially, Raeymaekers doubted that he could continue racing, but after discovering Team Novo Nordisk, he realized it was possible to have diabetes and compete. He reached out to Team Novo Nordisk for guidance and by the following year, Raeymaekers had signed with the professional squad. As someone who never dreamed of anything but becoming a professional racer, Raeymaekers feels he is truly living the dream. Raeymaekers considers finishing the Tour of Turkey — the same race that kept him entertained while in the hospital — his biggest accomplishment. In June 2015, Raeymaekers retired from pro cycling and assumed a new role as team ambassador.

Racing with Diabetes

Since childhood, Thomas Raeymaekers dreamed only of being a professional cyclist. The Belgian started competing at the age of 10. As a junior, he consistently finished on the podium and rode for the same team as the UCI Junior World Champion at that time. When he was 17, he unexpectedly lost 8 kilograms and was hospitalized. While in the hospital, he was diagnosed with type 1 diabetes. He is here to tell us the story of how diabetes changed his life, how he was told to give up, how he discovered a world's first all-diabetes professional cycling team, Team Novo Nordisk, that taught him never to give up his dreams and how this team races to inspire, educate and empower all people affected by diabetes in the world.

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

Sasha Savic

Mediacom, Chief Executive Officer (SAD)
Mediacom, Chief Executive Officer (USA)



MODERATOR:
Ida Prester
Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)

MEDIACOM

Sasha Savic je postao izvršni direktor MediaCom u travnju 2012. godine, i od tada je agenciju vodio do jedinstvenog rasta, kao i do serije novih klijenata koja je MediaCom 2015. donijela titulu američke medijske agencije godine od strane Adweeka i Advertising Agea. Iste godine Sasha postaje Adweekov Media All-Star Executive of the Year, ali i Media Maven (medijski sveznalica) Advertising Agea. Prije MediaComa, Sasha je radio kao Chief Operating Officer za Havas Media Group North America. Bio je odgovoran za ukupan poslovni uspjeh svih segmenata Havas Media Group u SAD-u i Kanadi te je zaslужan za značajan rast prihoda kroz niz novih poslovnih pobjeda. Prije toga je radio kao izvršni potpredsjednik i globalni direktor SMG/Publicis Groupe od 2006. do 2010., gdje je odigrao ključnu ulogu u vođenju Procter & Gamblea. Njegova međunarodno iskustvo uključuje i rad u Universal McCannu u Europi i SAD-u. Njegovi tadašnji klijenti uključuju su Coca-Cola, Microsoft, Lucent Technologies, ExxonMobil, Intel, MasterCard i Brown-Forman. Rodom iz Bosne i Hercegovine, Sasha je svoju karijeru započeo kao utemeljitelj i producent Omladinskog radija, jedne od prvih nezavisnih radio stanica u bivšoj Jugoslaviji. Strastveni je ribič te podupire velik broj ekoloških i samoodrživih inicijativa sudjelovanjem u NASF-u i ASF-u u Sjevernoj Americi.

predavanje // lecture

Kamo dalje rođače?

Kada je prije 5 godina svojim predavanjem otvorio Weekend festival, Savić je pričao o stvarima koje su nam se tada činile dalekim na našim prostorima. Rast važnosti baza podataka, zamjena klasične reklame contentom, rast važnosti mobilnih vidova komunikacije... Sve ovo je uveliko stvarnost u našoj industriji kako ovdje tako i širom svijeta. U svojim izlaganjima Savić tvrdi da su se naši životi, naš odnos sa okolinom i način na koji komuniciramo promjenili više u proteklih 5 godina no u proteklih 50 prije toga. Sada se postavlja pitanje: Kamo dalje? Kako je budućnost marketinga i naše industrije u svijetu koji se mijenja brzinom svjetlosti? Ovo su neka od pitanja na koje će naš gost tražiti odgovor na pozornici jubilarnog desetog Weekend festivala.

Where to Next, Cousin?

When he opened the Weekend Media Festival with his lecture five years ago, Savić spoke of things that seemed so distant to us. The growth of database importance, replacing the classic commercial with content, the growth of mobile communication...All this has become a reality in our industry, both here and throughout the world. In his presentations, Savić claims that our lives, our relationship with the environment and the way we communicate, changed more in the past five years than they have in the 50 years before. This poses the question: where to next? What is the future of marketing and our industry in a world that is changing in the speed of light? These are just some of the questions that our guest will try and answer on the stage of the jubilee festival edition.

SUBOTA / 15.30 - 16.30 / DVORANA LABORATORIJ BY WWF // SATURDAY / 3.30pm - 4.30pm / LABORATORY STAGE BY WWF

Eric Schoeffler

Havas Group Germany, Izvršni kreativni direktor za Evropu i glavni kreativni direktor (Njemačka)
Havas Group Germany, Executive Creative Director Europe & Chief Creative Officer (Germany)



MODERATOR:
Iva Šulentić
freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)

HAVAS

Eric Schoeffler jedan je od najpoštovanijih kreativnih direktora u Europi. Počeo je kao art direktor u DDB-u u Düsseldorfu, gdje je radio za klijente kao što su Henkel, Axa i Volkswagen. 2004. godine postaje član upravnog odbora. Kao izvršni kreativni direktor pomogao je privući nove klijente kao što su Diesel, eBay, Premier (Sky) i Pernod Ricard te pokrenuti novi kreativni prostor za DDB u Düsseldorfu osvajanjem prvog Zlatnog lava za taj ured. 2011. godine postaje glavni kreativni direktor za DDB Njemačku uz zadatak da stvari i vodi novu agenciju rođenu spajanjem DDB-a i Tribal DDB-a sa četiri ureda u Berlinu, Düsseldorfu, Hamburgu i Beču. Njegova otvorena i znatiželjna priroda djelovala je pozitivno za fuziju digitala i kreativne. Tijekom svojeg staža u DDB Tribal, uspio je ne samo uloviti oko 45 Zlatnih lava nego i Cyber Zlatne lavove, Webbye i nagrade FWA za klijente poput Volkswagen, IKEA ili Deutsche Telekom. 2013. godine postao je član DDB Global Creative Councila. Eric je također član ADC Germany, D&AD, One Cluba i Bayern München. Bio je član prestižnih međunarodnih žirija kao što su Cannes Lions, D&AD, Clios, NY Festivals, Andys, Lynx i AdStars. Eric ima dvije kćerke, odnедavno je i vlasnik psa, vegetarijanac je i ozbiljan vinyl junkie.

predavanje // lecture

Značenje je nova valuta

Ljudi danas svoje žive žive sa sve više svijesti i s višim osjećajem odgovornosti nego ikad prije. I dok nam se izbor čini bezgraničnim, kvalitetno vrijeme postaje dragocjeno dobro. S ovim novim sklopom ljudi očekuju da se brendovi ponašaju u skladu s tim. Naše istraživanje značajnih brendova iz 2017. godine pokazuje da 3 od 4 brenda mogu nestati već danas i nikoga ne bi bilo briga. To je alarm za tvrtke i agencije da odgovore na pitanje kako se brendovi mogu relevantnije integrirati u ljudske živote. Kako možemo dodati vrijednost životu ljudi te kako možemo stvoriti značajniju poveznicu između ljudi i brendova? Dok će strategija i ideja i dalje biti ključne za bilo koji oblik komunikacije uspješnog brenda, podaci, mediji i visokokvalitetni sadržaj mogu ne samo pojačati iskustvo nego i otvoriti potpuno nova polja kreativnih rješenja.

Eric Schoeffler is one of the most respected Creative Directors in Europe. Starting as Art Director at DDB Düsseldorf he worked for clients like Henkel, Axa and Volkswagen. In 2004, he was appointed to the Board of Directors. As ECD and Managing Director he helped to attract new clients like Diesel, eBay, Premiere (Sky) or Pernod Ricard and helped start a new creative area for DDB in Düsseldorf by winning the first Cannes lion for this office. In 2011 Eric was asked to become Chief Creative Officer DDB Germany with the task of forming and leading a new agency born out of the fusion of DDB and Tribal DDB, with 4 offices in Berlin, Düsseldorf, Hamburg and Vienna. With his open and inquisitive nature, he was a positive influence on the new fusion of digital and creative. During this time DDB Tribal managed to win not only about 45 Lions, but also Cyber Gold Lions, Webbye and FWA awards for clients like Volkswagen, IKEA or Deutsche Telekom. In 2013, he was appointed to the DDB Global Creative Council. Eric is a member of ADC Germany, D&AD, One Club and Bayern München. He has served most international relevant juries like Cannes Lions, D&AD, Clios, NY Festivals, Andys, Lynx or AdStars. Eric has two daughters, recently got a dog, is vegetarian and a confessed vinyl junkie.

Meaning is the New Currency

People today live their lives with more and more consciousness and a higher sense of responsibility than ever before. And while choice seems limitless quality time becomes a precious good. With this new mind-set people expect brands to behave accordingly. Our meaningful brands study 2017 shows that 3 out of 4 brands could disappear today and nobody would care. A wakeup call for companies and agencies to answer the question how brands can be integrated more relevantly into the lives of the people. How can we add value to the lives of people and how we can create more meaningful connections between brands and people? While strategy and idea will still be the key to any successful brand communication, data, media and high quality content can not only enhance the brand experience but open completely new fields for creative solutions.

SUBOTA / 11.15 - 11.45 / DVORANA LABORATORIJ BY WWF // SATURDAY / 11.15am - 11.45am / LABORATORY STAGE BY WWF

Inna Tokarev Sela

SAP Innovation Center Israel, voditeljica poslovnog razvoja Leonardo Machine Learning Center of Excellence for Computer Vision (Izrael)
 SAP Innovation Center Israel, Head of Business Development Leonardo Machine Learning Center of Excellence for Computer Vision (Israel)



MODERATOR:



Ida Prester
 Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
 TV Host/Musician (Croatia/Serbia)

Inna je high-tech direktorica sa 10 godina iskustva u softverskoj strategiji, razvoju, isporuci i partner managementu. Živi i diše tehnologiju: strojno učenje (Machine Learning), Deep Learning, Augmented Reality, Enterprise Market Trends, AR/VR, što god vam padne na pamet. Inna ima prilično kulan posao kao voditeljica poslovnog razvoja SAP-ovog centra za inovacije u Izraelu, gdje kombinira strast za istraživanjem sa tehnoškim praktičnim iskustvom. Surađuje sa direktorima kompanija s liste Fortune 500 iz automobilске industrije, maloprodaje, robe široke potrošnje, javnog sektora i još mnogih drugih te im pomaže definirati digitalnu strategiju i nove poslovne modele koristeći strojno učenje (Machine Learning) i SAP-ovu tehnologiju Computer Vision.

High-Tech Executive with 10 years experience in software strategy, development, delivery and partner management. I live and breathe technology: Machine Learning, Deep Learning, Augmented Reality, Enterprise Market Trends, AR/VR, you name it. I have a pretty cool job as a Head of Business Development of SAP Innovation Center Israel which combines my passions of exploration and technological hands-on experience. I work with Fortune 500 companies executives from Automotive, CPG, Retail, Public Sector etc. to define their Digital strategy and new business models leveraging Machine Learning and SAP proprietary Computer Vision technology.

predavanje // lecture

Transformirajte svoj posao uz strojno učenje (Machine Learning) i izmjerite koliko plaćate uz Brand Impact

SAP želi stvoriti nova inteligentna poslovna rješenja te pomoći korisnicima da dođu do svojih podataka uz pomoć umjetne inteligencije i strojnog učenja (machine learninga). Pridružite nam se na predavanju gdje ćete moći saznati kako postati dio machine learning revolucije. Predstaviti će se i rješenje SAP Brand Impact za medijske agencije te nositelje prava turnira zasnovanih na video analitici Computer Visiona.

Transform Your Business with Machine Learning – Measure What You Pay for with Brand Impact

SAP aims to make all new business solutions intelligent and help users reach their data by using artificial intelligence and machine learning. Join us for this lecture to find out how you can become part of a revolution of machine learning. We will showcase SAP Brand Impact solution for media agencies and tournament rights holders based on the video analytics leveraging Computer Vision.

PETAK / 17.30 - 18.00 / DVORANA LABORATORIJ BY WWF // FRIDAY / 5.30pm - 6pm / LABORATORY STAGE BY WWF

Ivan Stanković

Fakultet dramskih umetnosti Beograd, profesor (Srbija)
 Faculty of Dramatic Arts Belgrade, Professor (Serbia)



MODERATOR:



Ida Prester
 Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
 TV Host/Musician (Croatia/Serbia)

U reklamnom biznisu je od 1979. godine, što ga vjerojatno čini jednim od najstarijih i najiskusnijih aktivnih ljudi iz ove profesije u regiji. Smatra se začetnikom novog pristupa u radu s multinacionalnim klijentima u svim ovim zemljama, kao i modernog pristupa i uvođenja svjetskog know-howa u planiranju i korištenju medija. Predavač je na brojnim konferencijama u svijetu, uključujući i Weekend Media Festival na kojem je aktivan sudionik od samog početka te na kojem svake godine ima po neki zapažen nastup. Prošle godine je vodio sučeljavanje Hard Talk sa Željkom Mitrovićem. Profesor je na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu, a ove godine je predavao i na MBA programu na poslovnoj školi Berlin School of Creative Leadership. Njegove agencije su osvojile brojne domaće i inozemne nagrade, a on osobno je dobitnik više priznanja. Nagradu za životno djelo i Grand Slam za ukupan stvaralački opus dobio je 2010. i 2011. godine.

Ivan has been present in the advertising business since 1979, which is what makes him one of the oldest and most experienced industry people in the region. He is the founder of an innovative approach to working with multinational clients in all countries of the region, as well as the leader of a new, modern approach and introduction of international know-how in media planning and usage. He is a lecturer present at many global conferences, including Weekend Media Festival, where he is an active participant from the very beginning where he is well known for his noted performances. Last year he hosted Hard Talk with Željko Mitrović. Ivan is a professor at the Faculty of Dramatic Arts in Belgrade, and this year he has lectured at the MBA program at the Berlin School of Creative Leadership. His agencies have won numerous domestic and international prizes, and Ivan personally is a winner of many accolades. In 2010 and 2011 he received the Grand Slam award for total creative opus.

predavanje // lecture

Što žene žele

Živimo u doba strahovitih promjena kada se važnost i uloga žena u suvremenom svijetu dramatično mijenja. Žene (i formalno) će postati superiorija bića koja će vladati i gospodariti svijetom. Postavlja se pitanje o ugrozenosti i opstanku muškaraca. Hoćemo li uopće biti potrebnii kada ONE sve mogu bez NAS: uživati, zaradivati, trošiti, dobijati djecu, udati se...? Kako komunicirati s takvom jednom moćnom grupom temu je ove prezentacije, a bit će predstavljen i novi 5E koncept kojim bi se moglo doći lakše do suvremenog potrošača/potrošačice.

What Women Want

We live in a time of tremendous changes when the role and importance of women in the modern world is changing dramatically. Women will (formally) become superior beings that will rule and dominate the world. Due to these changes, we must ask ourselves how will men survive. Will men even be necessary when THEY can do everything without THEM: enjoy themselves, make money, spend money, have children, get married...? How should men communicate with such a powerful group is the subject matter of this presentation, and we will also present the new 5E concept which makes it easier to reach the modern consumer.

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

PETAK / 12.30 - 13.30 / DVORANA NORDICS EXPOSED // FRIDAY / 12.30pm - 1.30pm / NORDICS EXPOSED STAGE

Srđan Šaper

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



MODERATOR:
Tomo Ricov
Pepermint, direktor (Hrvatska)
Pepermint, Director (Croatia)

Srđan Šaper se više od 30 godina uspiješno bavi marketingom, a dva de-
setljeća je na čelu I&F McCann Grupe, kompanije za tržišne komunikacije
poznate po brojnim internacionalno uspiješnim i nagrađenim kampanjama.
Od sredine 2016. godine objedinio je poslovanje svoje kompanije u Jugois-
točnoj Europi i Nordijskoj regiji. Grupa agencija danas zapošjava 600 lju-
di iz 12 zemalja sa vizijom da su kreativnost i razmjena ideja prepostavka
svakog napretka. U mladost je bio osnivač i član kultne grupe VIS Idoli,
jednog od vodećih predstavnika novog vala i glazbe koja je obilježila 20. stol-
jeće. Kreirao je i vodio mnogobrojne političke kampanje kao istaknuti član
izbornih timova Demokratske strane u kojoj je od 1990. godine.

predavanje // lecture

ONE ON ONE: Srđan Šaper

Srđan Šaper i Tomo Ricov svaki su na svoj način obilježili razvoj marketinga u ovoj regiji. Srđan i Tomo su i dva najpoznatija predstavnika glazbenog svijeta među nama. Ove godine McCann slavi 20, a Weekend Media Festival 10 godina. Srđan će na desetom Weekenu odgovoriti Tomi na sve što ga se on bude usudio pitati. Kako je nastao marketing u regiji? Kakav je utjecaj politike na biznis? Ima li veze između glazbe i marketinga? Zašto kupiti agencije u Skandinaviji? Kakva je budućnost našeg posla, u regiji i u svijetu? Koliko se vole McCann i Weekend?

ONE ON ONE: Srđan Šaper

Srđan Šaper and Tomo Ricov have each marked the development of advertising in this region. Srđan and Tomo are the two most famous representatives of the music world among us. This year, McCann will mark its 20th anniversary, and Weekend Media Festival its tenth year. On this edition of the Weekend Media Festival, Srđan will answer all Tomo's questions. How did the marketing in the region come about? What is the effect of politics on business? Is there a connection between music and marketing? Why buy Scandinavian agencies? What is the future of our trade, regionally and worldwide? How big is the love between McCann and Weekend?



Petra Theman

Ministarstvo vanjskih poslova Finske, ravnateljica javne diplomacije / Finski promidžbeni odbor, glavna tajnica (Finska)
Ministry for Foreign Affairs of Finland, Director of Public Diplomacy / Finland Promotion Board, Secretary General (Finland)

MODERATOR:
Ida Prester
Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)



Petra je finska diplomatkinja, stručnjakinja za odnose s javnošću i ključna osoba iza jedne od najuspješnijih svjetskih digitalnih PR kampanja, unutar koje je Finska postala prva zemlja na svijetu sa nacionalnim setom emojija. Petra je od 2003. godine zaposlena u finskom Ministarstvu vanjskih poslova gdje je radila na nekoliko istaknutih pozicija, kako u Finskoj tako i u inozemstvu. 2007. godine izabrana je za Komunikatora godine, što je priznanje koje dodjeljuje Odjel za komunikacije u Ministarstvu vanjskih poslova. Tijekom posljednje tri godine Petra radi kao ravnateljica javne diplomacije i glavna tajnica Finskog promidžbenog odbora. Njezina karijera u vanjskim poslovima bila je na čekanju pet godina tijekom kojih je Petra radila kao glavna izvršna direktorka organizacije Audiovisual Finland gdje je bila odgovorna za promociju izvoza i podučavanje sadržajne i medijske industrije. Petra je bila i voditeljica odnosa s javnošću i komunikacija u tvrtki Tellabs Inc., IT i telekomunikacijskom poduzeću u kojem je radila na unutarnjim i vanjskim komunikacijama u nordijskim zemljama. Njezino dosadašnje iskustvo u komunikacijama varira od novinarskog posla za finsku radioteleviziju YLE do predavanja u meksičkom zatvoru za mlade.

predavanje // lecture

Finski emojiji - analiza slučaja digitalne diplomacije današnjice

Finska je prva zemlja na svijetu koja je objavila vlastiti skup službenih, od države odobrenih emojija na temu Finske. Finska zbirka emojija sadrži 62 ironičnih piktograma koji su kreirani kako bi objasnili teško opisive finske emocije, riječi i običaje. Finska zbirka emojija osvojila je brojne domaće i inozemne nagrade u komunikacijama, oglašavanju, digitalnoj diplomaciji i brendiranju zemalja, među kojima je i nagrada u kategoriji Viral Communications na dodjeli Digital Communications Awards 2016 u Berlinu, nagrada za Najbolju uporabu društvenih medija na konferenciji City Nation Place London 2016 te nagrada za Najbolju inovaciju godine na dodjeli nagrada State of Digital Diplomacy Awards 2016. "Finska ima mnogo prednosti, ali i neke slabosti, baš kao i svaka zemlja", kaže Petra. "Pristup komunikaciji brenda zemlje na ovakav iskren i autentičan način privukao je nevjerojatan interes i brojne nove kontakte i suradnje". Emojije je imalo priliku vidjeti oko 250 milijuna ljudi diljem svijeta.

Petra is a Finnish diplomat, public relations expert and the master mind behind one of the most successful digital PR campaigns when Finland became the first country in the world to develop a national set of emojis. Petra has been with the Finnish Ministry for Foreign Affairs since 2003 where she has held several prominent positions, both in Finland and abroad. In 2007, Petra was selected the "Communicator of the Year", an award acknowledged by the Department for Communications at the Ministry for Foreign Affairs. During the last three years, she has been the Director of Public Diplomacy and Secretary General of the Finland Promotion Board. The foreign service career was on hold for five years, while Petra was the CEO of Audiovisual Finland where she was responsible for export promotion and coaching for content and media industries. She was also a Public Relations and Communications Manager at Tellabs Inc., an IT and telecom company, where she worked on internal and external communications in the Nordics. Her previous experience in communications varies from working as a journalist for the Finnish Broadcasting Company YLE to teaching in a Mexican youth prison.

Finland emojijs - A Case Study in Digital Diplomacy of Today

Finland is the first country in the world to publish its own set of official, government approved country themed emojis. The Finland emoji collection contains 62 tongue-in-cheek emotions, which were created to explain some hard-to-describe Finnish emotions, Finnish words and customs. The Finland emoji collection has won numerous national and international awards in communications, advertising, digital diplomacy and country branding, among them the Viral Communications category at the Digital Communications Awards 2016 in Berlin, Best Use of Social Media in City, Nation, Place country branding awards London 2016 and Best Innovation of the Year in State of Digital Diplomacy Awards 2016. "Finland has many strengths, and also some weaknesses, just like any country," says Petra. "Approaching country brand communications in this honest, authentic way has attracted unprecedented interest and numerous new contacts and collaborations." The emojis reached around 250 million people globally.

SUBOTA / 11.45 - 12.15 / DVORANA LABORATORIJ BY WWF // SATURDAY / 11.45am - 12.15pm / LABORATORY STAGE BY WWF



Timo Elliott

Timo Elliott, SAP, VP, Global Innovation Evangelist (Francuska)
Timo Elliott, SAP, VP, Global Innovation Evangelist (France)



MODERATOR:

Ida Prester

Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)



Marketinški stručnjak s preko 25 godina iskustva, Timo Elliott drži titulu Global Innovation Evangelista koji je predstavio najnovije digitalne trendove u preko pedeset zemalja diljem svijeta. Redovito pridonosi online publikacijama kao što su Harvard Business Review, Forbes, ZDNet, The Guardian i Digitalist Magazine. Njegov popularni website timoelliott.com prati razvoj digitalne transformacije i poslovne analitike.

A marketing professional for over 25 years, Timo Elliott is a Global Innovation Evangelist who has presented the latest digital trends to audiences in over fifty different countries around the world. He is a regular contributor to online publications such as Harvard Business Review, Forbes, ZDNet, The Guardian, and Digitalist Magazine. His popular website at timoelliott.com tracks developments in Digital Transformation and Business Analytics.

predavanje // lecture

Marketing u doba korisničkog iskustva

U doba transparentnosti, današnji oglašivači moraju bit spremni provesti manje vremena govoreći ljudima koliko su njihovi proizvodi super, a više vremena optimizirajući end-to-end korisničko iskustvo. Na ovom predavanju ćete čuti kako organizacije poput vaše koriste najnovije tehnologije kako bi stvorile nove proizvode, otkrile nove poslovne modele ali i nove načine prodaje.

Marketing In An Era Of Customer Experience

In an age of transparency, today's marketers have to spend less time trying to tell people how great their products are — and more time optimizing the end-to-end customer experience. Attend this session to hear how organizations like yours are using the latest technologies to create new products, discover new business models, and new ways of selling.

peppermint

OSVJEŽI SE,
BUDI SPREMAN!



PRIRODNA MINERALNA VODA

saguaro

PRIMORDIAL WATER
saguaro
MOUNTAIN

1.5 L
NEGATIRANA / STILL



LIDL - SLUŽBENI SPONZOR
HRVATSKOG RUKOMETNOG SAVEZA
—
LIDL - OFFICIAL SPONSOR
CROATIAN HANDBALL FEDERATION



Više za vas!

paneli

panel
discussions

10 godina
digitala

10 Years of Digital



MODERATOR:

Hrvoje Odak

Zagrebačka banka, glavni marketinški strateg (Hrvatska)

Zagrebačka banka, Chief Marketing Strategist (Croatia)

Prije deset godina Weekend Media Festival ugostio je predavaca iz Facebooka iako nije postojao službeni Facebook profil. U to vrijeme počele su nastajati digitalne agencije širom regije. Digitalni odjeli u tvrtkama još nisu postojali. Termin „digitalna agencija“ ili „digitalni odjel“ tek će biti stvoreni. Ovaj panel publici će ponuditi „pogled iznutra“, od strane ljudi koji su cijelu tu transformaciju doživjeli i osobno i kroz svoje agencije.

Što je danas digitalna agencija? Kako je sve počelo? Tko su ključni akteri?

Ten years ago, the Weekend Media Festival hosted a speaker from Facebook, even though there was no official festival Facebook page. It was the time when digital agencies started emerging throughout the region. Digital departments didn't even exist yet. The terms „digital agency“ and „digital department“ will soon become everyday terms. This panel will offer „an inside look“ from the people who experienced this transformation, both personally and through their agencies.

What is a digital agency today? How did it all start? Who are the key players?

sudjeluju // participants

**Sašo Dimitrievski**Pristop skupina, partner i član Uprave (Slovenija)
Pristop Group, Partner and Board Member (Slovenia)**Jan Jilek**IAB Croatia, predsjednik (Hrvatska)
IAB Croatia, President (Croatia)**Nikola Vrdoljak**404, direktor (Hrvatska)
404, Director (Croatia)**Ivan Živković**Pioniri, Managing and Creative Director (Srbija)
Pioniri, Managing and Creative Director (Serbia)Agrokor naš
svagdašnji

MODERATOR:

Mislav Tognal

HRT, novinar i urednik (Hrvatska)

HRT, Journalist and Editor (Croatia)

Slučaj Agrokor obilježio je sve aspekte poslovnog, političkog, ali i komunikacijskog života Hrvatske u ovoj godini. Krah najveće regionalne kompanije, dolazak konzultantske zvjezdne Antonija Alvarez, donošenje Lex Agrokora, odlazak obitelji Todorić, imenovanje povjerenika Ante Ramljaka, komunikacija najvećih dobavljača, ponašanje banaka - svaki se korak pratio s velikom pažnjom.

Kako se komuniciralo, što je moglo bolje, kako su se ponašali mediji i što smo iz cijelog slučaja naučili? Na Weekendu detaljno analiziramo komunikacijski aspekt slučaja Agrokor.

Our Daily
Agrokor

The Agrokor crisis has marked all aspects of business, politics and communication in Croatia in this year. The crash of the largest regional company, the arrival of consultation star Antonio Alvarez, the formation of Lex Agrokor, the departure of the Todorić family, the naming of Ante Ramljak as a trustee, the communication of their largest suppliers, the conduct of banks – every step was followed with detail and attention.

What was the communication like, what could have been better, how the media behaved and what we learned from the entire case? We will analyze the entire communications aspect of the Agrokor case at the Weekend Media Festival.

sudjeluju // participants

**Violeta Colić**Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri, direktorica i partnerica (Hrvatska)
Communications Office Colić, Laco and Partners, managing partner (Croatia)**Gojko Drlića**Jutarnji list, zamjenik glavnog urednika (Hrvatska)
Jutarnji list, Deputy Chief Editor (Croatia)**Ivan Hrstic**N1 Televizija / Večernji list, producent i voditelj / kolumnist (Hrvatska)
N1 TV / Večernji list, Producer and Presenter / Columnist (Croatia)**Krešimir Macan**Manjgura, direktor (Hrvatska)
Manjgura, General Manager (Croatia)

Baby You Can Drive My Car

Baby You Can Drive My Car



MODERATOR:

Zrinka GrancarićHrvatska radiotelevizija, novinarka i urednica (Hrvatska)
Croatian Radiotelevision, Journalist and Editor (Croatia)

Prosječan vlasnik automobila svog ljubimca koristi možda tri sata dnevno. Sve ostalo vrijeme on stoji parkiran. Iako će mnogi naglašavati kako ne mogu zamisliti svakodnevnicu bez automobila, trendovi pokazuju da se približavamo danu kada ih nećemo posjedovati. Način na koji se krećemo mijenja se iz dana u dan. Nekada nezamisljivo danas postaje normalno. Startipi koji nude alternativna rješenja i nove modele usluga rastu nevjerojatnim brzinama i u potpunosti mijenjaju kako se krećemo. Koja je budućnost transporta i kuda će nas odvesti? Kako se svemu prilagođava automobilска industrija? Kako će promjena u transportu utjecati na društvo, izgled gradova, a kako na popularnu kulturu?

A car is used approximately 3 hours per day on average. The rest of the time, it is parked. Even though many will say that they cannot imagine their everyday lives without a car, trends are showing that we are getting closer to the day when we will not own them. The way we move changes from day to day. Things that seemed unimaginable have now become normal. There are startups that offer alternative solutions and new service models are growing in incredible speed and completely changing the way we move. What is the future of transport and where will it take us? How is the automotive industry adapting to these changes? How will changes in transport affect society, city appearance and popular culture?

sudjeluju // participants

**Krešimir Dvorski**Nexbike sustav javnih bicikala, direktor (Hrvatska)
Nexbike Bike SharingSystem, Managing Director (Croatia)**Matheus Riolfi**Turo, direktor (International)
Turo, Director (International)**Nikolai Voitiouk**FlixBus, Vice President Business (CEE)
FlixBus, Vice President Business (CEE)**Vlatka Kamenič Jagodić**HEP, Sektor za tržišnu i marketinšku strategiju, pomoćnica direktora (Hrvatska)
HEP, Marketing and Business Strategy Department, Deputy Director (Croatia)**Davor Tremac**Uber, generalni menadžer za jugoistočnu Europu (Hrvatska)
Uber, General Manager Southeastern Europe (Croatia)

CroatiaFeeds - Prvi hrvatski case study za Google



MODERATOR:

Iva Šulentićfreelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)

Kako je nastao website Croatia Feeds i kampanja koja će svijetu prenijeti što se sve u Hrvatskoj može doživjeti i izvan glavnih turističkih sezona? Cilj je bio staviti na jedno mjesto sve zanimljivosti koje Hrvatska nudi i opisati ih na način na koji se danas komunicira na najpopularnijim svjetskim portalima.

CroatiaFeeds - the First Croatian Case Study for Google

How did the Croatia Feeds website originate along with a campaign that will show the world what Croatia has to offer even when not in tourist season? The goal was to put all curiosities that Croatia has to offer and describe them in a way that is communicated on the most popular global portals.

sudjeluju // participants

**Daniel Andrade**Google Zoo, art direktor (Francuska)
Google Zoo, Art Director (France)**Tino Kera**BBDO, kreativni direktor (Hrvatska)
BBDO, Creative Director (Croatia)**Kristjan Staničić**HTZ, direktor (Hrvatska)
Croatian National Tourist Board, Director (Croatia)

Gdje je nestao američki TV sadržaj? Budućnost televizije

Where has American TV Content Gone? The Future of Television



MODERATOR:

Antonija Mandić
Voditeljica (Hrvatska)
Host (Croatia)

Uobičajena obiteljska večer u prosječnom domaćinstvu godinama se sastojala od dnevnika nakon kojeg bi uslijedio američki cjelovečernji film. S vremenom se program širio, a naše su vrijeme sve više zaokupljali mnogobrojni sitcomi i serije najrazličitijih tematika. Opet američke. U posljednjih nekoliko godina te vladare programa sve više zamjenjuju Turci, Brazilci, Danci pa i domaći producenti. Gdje je nestao američki sadržaj? Zašto se američka produkcija preselila na "on demand" televiziju? Kakve su posljedice za lokalne produkcije?

An average evening in an average household usually consists out of dinner followed by an American feature movie. As time passed, the program expanded, and our evenings started being preoccupied with various sitcoms and various TV shows. Once again, American. In the last couple of years, these content rulers have been replaced by Turks, Brazilians, the Danish and domestic producers. Where has American content gone? Why has American production moved to "on demand" television? What are the consequences for local production?

sudjeluju // participants

**Rory Buckley**Disney, generalni menadžer (CEE)
Disney, General Manager (CEE)**Željko Mitrović**Pink Media Grupa, vlasnik, predsjednik i generalni direktor (Srbija)
Pink Media Group, Owner, President and CEO (Serbia)**Pete Smith**Antenna Grupa, direktor (Velika Britanija)
Antenna Group, Managing Director (UK)**Henning Tewes**RTL Hrvatska, predsjednik uprave (Hrvatska)
RTL Croatia, CEO (Croatia)

Hack it! Tips&tricks za osvajanje hackathona u 24 sata



MODERATOR:

Mia Biberović
Netokracija, izvršna urednica i partnerica (Hrvatska)
Netokracija, Executive Editor and Partner (Croatia)

Stvaranje novih inovativnih komunikacijskih rješenja iz segmenta virtualne i proširene stvarnosti, holograma i umjetne inteligencije zadatak je s kojim će se susresti natjecatelji ovogodišnjeg Hack it! Hackathona Hrvatskog Telekoma. Koji su tips&tricks za osvajanje jednog od najzahtjevnijih hackathona u zemlji u samo 24 sata i kako Hack it! pomaže u otkrivanju tech genijalaca i realizaciji njihovih inovacija u konkretna rješenja na tržištu?

Creating new innovative communication solutions from the Virtual and Augmented Reality segment, holograms and Artificial Intelligence is a task that will greet the contestants of this year's HT Hack it!. What are the tips&tricks for winning one of the most demanding hackathons in the country in only 24 hours and how does Hack it! Help in discovering geniuses and making their innovations a concrete solution on the market?



sudjeluju // participants

**Bojan Opačak**Maggie, suosnivač / psiholog automatizacije (Hrvatska)
Maggie, Co-founder / Automation Psychologist (Croatia)**Ana Pauzar**HT, rukovoditelj Odsjeka za razvoj proizvoda i ponuda novih poslovanja/direktor projekta (Hrvatska)
HT, Head of Product Enablers and New Business/Project Director (Croatia)

House of Cards

MODERATOR:
Hrvoje Krešić
 N1 televizija, novinar (Hrvatska)
 N1 Television, Journalist (Croatia)

Kriza Agrokora, izbori u Srbiji i sukobi u Makedoniji samo su neki od događaja koji su probudili debatu o stanju slobode medija u regiji. Ova je globalna tema goruća zbog zahtjeva nekoliko arapskih zemalja prema Kataru, među kojima je ključno gašenje Al Jazeera, jedinog globalnog medija iz arapskog svijeta. Reporteri bez granica tvrde kako se sloboda medija pogoršava. U preko 60 % zemalja indeks Reportera bez granica, koji prati stupanj slobode medija, je u padu.

Kakav je utjecaj politike, a kakav biznisa na medije? Koriste li biznisi oglašivačke budžete kako bi utjecali na medije? Služe li javne kompanije politici za pritisak prema medijskim kućama? jesu li mediji u regiji cenzurirani? Koriste li mediji svoj utjecaj za ucjene politike i biznisa? Drže li se novinari etike svoje struke?

sudjeluju // participants

Edhem Fоć
 Aljazeera Network, direktor (BiH)
 Aljazeera Network, CEO (Bosnia and Herzegovina)

Ksenija Kardum
 Nova TV, direktorka informativnog programa (Hrvatska)
 Nova TV, Head of News Programming (Croatia)

Slobodan Georgijev
 Vreme / BIRN, novinar, istraživač, komentator / aktivist (Srbija)
 Vreme / BIRN, Journalist, Investigator, Commentator / Activist (Serbia)

Zoran Šprajc
 RTL Hrvatska, urednik i voditelj RTL Direkta (Hrvatska)
 RTL Croatia, Editor and Anchor of RTL Direkt (Croatia)

Hrvatska ide naprijed?

Is Croatia Really Going Forward?

MODERATOR:
Danijela Jozic
 Tportal, glavna urednica (Hrvatska)
 Tportal, Editor in Chief (Croatia)

Unatoč posrtanju najvećeg poslovnog sustava u regiji, Hrvatska ipak raste. Sve crne prognoze u slučaju pada Agrokor-a zasad se nisu ostvarile. Analitičari sve više govore o postojanju dvije Hrvatske - one koja želi zadržati postojeći ekonomski model i one koja želi otvorenije gospodarstvo. Prva je ugrožena od globalizacije, dok druga uspješno prosperira što se više Hrvatska integrira u globalne tijekove.

Koje su ovo dvije Hrvatske i kakve im politike odgovaraju? Kako državu oslobođiti klijentelizma? Možemo li izgraditi moderne institucije? Je li završila tranzicija i može li Hrvatska ući u novu fazu?

Despite the fall of the largest business system in the region, Croatia continues to grow. All dark forecasts in case of the fall of Agrokor, have not come true so far. Analysts are talking about the existence of two Croatias – the one that wants to keep its existing economic model and the one that wants a more open economy. The first one is threatened by globalization, while the other one prospers more with its integration into global courses.

What are these two Croatias like and what kinds of politics suit them? How can we free the state of clientelism? Can we build modern institutions? Is the transition period over and can Croatia enter the next phase?

sudjeluju // participants

Mladen Fruk
 McKinsey & Company, partner (Hrvatska)
 McKinsey & Company, Partner (Croatia)

Dražen Mavrić
 Nova TV, predsjednik Uprave (Hrvatska)
 Nova TV, Head of the Management Board (Croatia)

Vjekoslav Jadrešić
 CROZ, Predsjednik uprave (Hrvatska)
 CROZ, President of the Board (Croatia)

Maruška Vizek
 Ekonomski institut, Zagreb, ravnatelj (Hrvatska)
 The Institute of Economics, Zagreb, Director (Croatia)

HT kao STEM UP akcelerator

HT as a STEM UP Accelerator



MODERATOR:

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

Samo 3% pokrenutih startupa uspijeva se razviti u uspješan biznis, a preostalih 97% propada, ostavljajući svoje investitore u gubitku. Nanjušiti aktualan tehnološki trend kojem valja prilagoditi ideju startupa bitna je komponenta tog malo vjerojatnog uspjeha, a ono na što svi polazu adute posljednjih mjeseci jest – STEM. Je li ulaganje u STEM formula uspjeha i za startupe i za ulagača? Koji još projekti danas prolaze na tržištu tehnoloških ideja? U zemlji koja je softverski izvoznik i hardverski uvoznik je li recept za uspješan startup proizvodnja softvera ili hardvera? Jesu li dva najveća aktualna buzzworda tech industrije – startup i STEM – nužne komponente za sigurno ulaganje? Kako HT kao najveći regionalni startup akcelerator bira ideje u koje je spreman investirati? Koja mjesta posjećivati, na koje evenete dolaziti i koju spiku prodavati u tom svijetu natprosječno mladih, ali i ispodprosječno iskusnih poduzetnika kako bi se iz skupine 97% neuspješnih prešlo u probrano društvo 3% uspješnih? Odgovore nam daju najagilniji domaći startupaši i sudionici startup i STEM zajednice.

sudjeluju // participants

**Marin Erceg**Aspida, glavni izvršni direktor (Hrvatska)
Aspida, CEO (Croatia)**Hrvoje Horvat**SightRun, glavni direktor za tehniku (Hrvatska)
SightRun, CTO (Croatia)**Marin Trošelj**STEMI, glavni izvršni direktor (Hrvatska)
STEMI, CEO (Croatia)**Bojan Muščet**HT, viši stručnjak za komunikacije (Hrvatska)
HT, Senior Communications Expert (Croatia)

InstaSnapUp 3.0



MODERATOR:

Gorana BlagusBamboo Lab, Digital Content Strategist (Hrvatska)
Bamboo Lab, Digital Content Strategist (Croatia)

Instagram Stories, Snapchat Spectacles, kružni i vertikalni video format, micro-influenceri – pričamo o trendovima koje diktiraju mladi. Real-time marketingi format. Storiesa budućnost su komunikacije brendova, a na InstaSnapUpu pričat ćemo o tome zašto brendovi u Hrvatskoj trebaju eksperimentirati s novim digitalnim formatima te kako oni utječu na stvaranje sadržaja. Sve to, uključujući i kako su prošle ovogodišnje najkul kampanje namijenjene mladima, saznajte na InstaSnapUpu 3.0!

Instagram Stories, Snapchat Spectacles, circular and vertical video formats, micro-influencers – we are talking about trends that are dictated by youth. The real-time marketing format of Stories is the future of brand communication, which means that the main subject of our InstaSnapUp will be why brands in Croatia need to experiment with new digital formats and how they affect content creation. All this, and more on last year's coolest campaigns aimed at a younger crowd, only on our InstaSnapUp 3.0!

sudjeluju // participants

**Ivana Dobrovolječ**Hollystyle/freelance (Hrvatska)
Hollystyle/Freelance (Croatia)**Ignas Gee**Foreo, Global Digital Media Manager (Hrvatska/Litva)
Foreo, Global Digital Media Manager (Croatia/Lithuania)**Iva Soldo**Bamboo Lab, suosnivačica i direktorica marketinga (Hrvatska)
Bamboo Lab, Co-Founder and Marketing Director (Croatia)**Andrea Svilokos**Bruketa&Žinić OM, Digital Account Manager (Hrvatska)
Bruketa&Žinić OM, Digital Account Manager (Croatia)

Integracija na BalCanneski način

Integration, the BalCannes Way



MODERATOR:

Davor BruketaBruketa&Žinić OM, kreativni direktor (Hrvatska)
Bruketa&Žinić OM, Creative Director (Croatia)

Zavirite iza kulisa nekih od više struko nagrađivanih projekata koji su uspješno spojili oglašavanje i odnose s javnošću. Između ideja u povoima i prestižnih nagrada stoji iscrpan proces, a više o tome kako on izgleda, na BalCannes panelu otkrit će oni koji su u tome najvieštiji. Integrirana komunikacija u industriji, sinergijom oglašavanja i odnosa s javnošću, postiže sjajne rezultate, a svoja iskustva sa stvarnim integriranim kampanjama podijelit će predstavnici pet regionalnih agencija čiji su projekti nagrađivani na domaćim i stranim natjecanjima. Uz razgovor i case study prezentacije vode vas iza kulisa svojih projekata i otkrivaju kako se (jednostavna) idea razvija u projekt, na koji način pritom savladati njegove eventualne krizne i problematične faze te zašto je baš integrirana komunikacija polučila značajan uspjeh.

sudjeluju // participants

**Vasilije Čorluka**Publicis One Adriatic, Chief Creative Officer (Makedonija)
Publicis One Adriatic, Chief Creative Officer (Macedonia)**Igor Mladinović**Imago Ogilvy, glavni kreativni direktor (Hrvatska)
Imago Ogilvy, Chief Creative Director (Croatia)**Almir Okanović**BBDO Zagreb, glavni kreativni direktor (Hrvatska)
BBDO Zagreb, Chief Creative Director (Croatia)**Petra Krulc**Grey Ljubljana, izvršna kreativna direktorica (Slovenija)
Grey Ljubljana, Executive Creative Director (Slovenia)**Jasmina Nikolić**New Moment New Ideas Company, Client Service Director (Srbija)
New Moment New Ideas Company, Client Service Director (Serbia)**Jernej Špende**Grey Ljubljana, strateški direktor (Slovenija)
Grey Ljubljana, Strategic Director (Slovenia)

Izgubljeni u prijevodu

Lost in Translation



MODERATOR:

Marijana PrpićGoogle, Head of Branding (Adriatic)
Google, Head of Branding (Adriatic)

Agencije i klijenti ponekad se razumiju. Uglavnom se ne razumiju. Agencije misle da klijenti rade usporeno i ne kuže sjajna kreativna rješenja dok klijenti misle da agencije koriste njihove budžete kako bi dobiti nagrade. Sve nesporazume iznjedrićemo na vidjelo i riješiti zauvijek.

Kako klijenti vide agencije a kako agencije klijente? Zašto briefovi uvijek stižu kasno? Zašto nikad nema dovoljno vremena za kampanju? Zašto agencije misle da više znaju od klijenta o njihovom poslu? Tko je kriv za lošu kampanju?

Sometimes, agencies and clients understand each other. Most of the time, they do not. Agencies think clients are sluggish and don't understand great creative solutions. Clients on the other hand, think that agencies use their budgets to win prizes. All these misunderstandings will be brought out and solved once and for all.

How do clients see agencies and how do agencies see clients? Why are briefs always delivered a day late? Why is there never enough time for a campaign? Why do agencies think they know more about the client's job than the client himself? Who is to blame for a bad campaign?

sudjeluju // participants

**Damir Ciglar**Imago Ogilvy, direktor (Hrvatska)
Imago Ogilvy, Director (Croatia)**Sanja Milinović**HT, direktor odjela (Hrvatska)
HT, Director of Department (Croatia)**Helena Trajkovski**Mastercard, direktorica marketinga za Hrvatsku i Sloveniju (Hrvatska)
Mastercard, Croatia and Slovenia Marketing Head (Croatia)**Jakov Vilović**Utorak_biro za propagandu, stariji kreativni direktor (Hrvatska)
Utorak_biro za propagandu, Vintage Creative Director (Croatia)

Kad novo pakiranje više nije dovoljno

When New Packaging Just Isn't Enough



MODERATOR:

Mislav SladePricewaterhouseCoopers Savjetovanje, viši menadžer (Hrvatska)
PricewaterhouseCoopers Advisory, Senior manager (Croatia)

Imati jak brend znači imati uhodan profitabilan biznis. Imati vrhunski proizvod znači imati dobru poziciju na tržištu. No, i najjači brendovi i najbolji proizvodi imaju rok trajanja. Tehnološke promjene dovode do promjena ponašanja potrošača čime utječu na promjene poslovnih modela, a time i pozicija na tržištu. S promjenama mnogi proizvodi postaju nepotrebni ili im pada tržišni udio, a brendovi nestaju.

Kako se globalni igrači prilagođavaju promjenama? Kako odgovoriti na izazove digitalne transformacije? Kako odgovoriti na sve kompleksnije potrebe potrošača? Kako globalni brendovi konkuriraju nišnim proizvodima temeljenima na novim tehnologijama?

Having a strong brand means having an established and profitable business. Having a strong global brand means dominating the market. However, even the strongest brands have an expiry date. Technological changes bring changes in consumer behavior and affect business model changes which result in market position changes. With these changes, many products become obsolete or lose market share and brands tend to disappear.

How do global players adapt to these changes? How can we respond to the challenges of digital transformation? How can we respond to more complex consumer needs? How do global brands compete with niche products based on innovative technologies?

sudjeluju // participants

**John Brady**British American Tobacco, član uprave za marketing (Adria Cluster)
British American Tobacco, Head of Marketing (Adria Cluster)**Dejan Donev**Erste&Steiermärkische Bank, voditelj tima za digitalnu transformaciju (Hrvatska)
Erste&Steiermärkische Bank, Head of Digital transformation team (Croatia)**Saša Kramar**HT, član Uprave i glavni operativni direktor za poslovne korisnike (Hrvatska)
HT, Member of Board and COO Business (Croatia)**Jasna Zemljic**Styria, voditeljica inovacijskih projekata (Hrvatska)
Styria, Head of Innovation (Croatia)

Kako biti kreativan u doba mobilea?

How to Be Creative in Mobile Times?



MODERATOR:

Dražen BračićDirect Media, direktor (Hrvatska)
Direct Media, Managing Director (Croatia)
**Redview
MEDIA**

Mobile je dominantan ekran globalno. Osim u razvijenim zemljama, gdje su korisnici prvo koristili desktop, u ostalima je mobile prvi i jedini ekran za pristup internetu. Već je neko vrijeme mobile dominantan i u Hrvatskoj. Ipak, i tvrtke i agencije i dalje pri izradi strategija i kreative uglavnom promišljaju kroz desktop.

Kako osmislići mobile first strategiju? Kako razviti kreativno rješenje unutar mobile ekrana? Koji formati funkcionišu, a koji ne? Što vam sve treba da bili spremni za potpunu mobile-izajcu?

Mobile is a dominant screen on a global level. Aside from developed countries where users first used desktop, mobile has been the first and only screen for Internet access for other countries. For some time now, mobile has been dominant in Croatia. However, companies and agencies are still developing strategies and creative solutions mainly through desktops.

How to come up with a mobile-first strategy? How to develop a creative solution within the mobile screen? Which formats function and which do not? What do you need to be ready for mobile?

sudjeluju // participants

**Maja Blumenšajn**Nova TV, Voditelj digitalnog marketinga (Hrvatska)
Nova TV, Head of Digital Marketing (Croatia)**Diana Dumanic**Redview Media, direktorica (Hrvatska)
Redview Media, Director (Croatia)**Fran Mubrin**404, kreativni direktor (Hrvatska)
404, Creative Director (Croatia)**Sonja Stahor Gašpar**HT, voditelj odsjeka (Hrvatska)
HT, Head of Section (Croatia)

Kome još treba MBA?

Who the Heck Needs an MBA?



Upoznajte prednosti modernog e-Leadership MBA programa koji se temelji na sinergiji businessa i edukacije, gdje polaznici rade na stvarnim praktičnim poslovnim izazovima. Trenutni izazov u modernizaciji društva pojava je fenomena „Pametnih gradova“ pa se tako partnerska suradnja Algebre i Hrvatskog Telekoma fokusirala na HT-ov projekt Internet of Things in Smart Cities koji će jedan Algebrin MBA tim razvijati tijekom cijele jedne godine studija. Na ovaj način polaznicima se daje uvid u načine pripreme menadžera za disruptivno poslovanje te način na koji digitalna transformacija prožima poslovanje, ali i stil življjenja.

Get to know the advantages of a modern e-Leadership MBA program based on the synergy of business and education, where students work on real and practical business challenges. The current challenge in the modernization of society is the „Smart city“ phenomenon, and the partnership between Algebra and Croatian Telecom is focused on HT's „Internet of Things in Smart Cities“ project, in which one Algebra MBA team will focus on this project throughout the entire year. This way, the students will get an insight on preparing managers for disruptive business models and the way in which digital transformation is permeating businesses and lifestyles.

sudjeluju // participants

Goran Radman
Visoko učilište Algebra, prodekan za međunarodnu suradnju i voditelj e-Leadership MBA programa (Hrvatska)
Algebra University College, Vice Dean for International Cooperation and Director of the IgBS e-Leadership MBA (Croatia)

Mario Volarević
HT, direktor odjela za poslovni razvoj i inovacijski centar (Hrvatska)
HT, Business Development and Innovation Centre Department, Director (Croatia)

Ivana Conjar
Visoko učilište Algebra, voditeljica poslovanja i upisa e-Leadership MBA programa (Hrvatska)
Algebra University College, Head of IgBS e-Leadership MBA Operations and Admissions (Croatia)

Komunikacija u zdravstvu

Communication in Healthcare



MODERATOR:
Mladen Kovaček
HT konferencija, direktor (Hrvatska)
HT konferencija, CEO (Croatia)

U cijelom zapadnom svijetu model financiranja zdravstva je u problemima. Kako stanovništvo stari, ugrožen je model međugeneracijske solidarnosti. Pacijentata je sve više, što sustav zdravstva teško prati. U ovom je trenutku najveća šansa za podizanje kapaciteta i efikasnosti - digitalizacija. Kao i drugi segmenti, zdravstvo digitalizira i komunikaciju.

Tko su lideri u digitalnoj komunikaciji u zdravstvu, i koja su njihova rješenja u Hrvatskoj, regiji i svijetu? Kako digitalizirati sustav unutar regulatornih ograničenja? Kako poboljšati komunikaciju između zdravstvenih djelatnika, a kako između liječnika i pacijenta?

Više o komunikaciji u zdravstvu možete poslušati na ovogodišnjem Weekendu, ali i na <https://hitkonferencijablog.com/author/hitkonferencija/>

The entire Western world's healthcare financing model is experiencing problems. As the population grows older, the model of intergenerational solidarity is threatened. The number of patients is on the rise, which makes it hard for the healthcare system to follow. In this moment, the best chance of uplifting the capacities and efficacy lies in digitalization. As in other segments, healthcare is also digitalizing its communication.

Who are the leaders in healthcare digital communication, what are their solutions in Croatia, the region or even the world? How can we digitalize a system within regulatory restrictions? How can we improve communication between healthcare employees, and between doctors and patients?

You can find out more on healthcare communication at this year's Weekend Media Festival or at <https://hitkonferencijablog.com/author/hitkonferencija/>

sudjeluju // participants

Mihail Furjan
Pliva Hrvatska, predsjednik Uprave (Hrvatska)
Pliva Croatia, Chairman of the board (Croatia)

Dubravko Kičić
Bicro BIOCentar - Inkubacijski centar za bioznanost i komercijalizaciju tehnologije, predsjednik Uprave (Hrvatska)
Bicro BIOCentre - Biosciences Technology Commercialisation and Incubation Centre, CEO & President of the Board (Croatia)

Anita Galic
Hrvatsko farmaceutsko društvo, predstavnik (Hrvatska)
Croatian Pharmaceutical Society, Representative (Croatia)

Igor Pavleković
Microsoft Hrvatska, tehnički stratež za klijente (Hrvatska)
Microsoft Croatia, Account Technology Strategist (Croatia)

Kreativci svijeta, ujedinite se: budućnost oglašavanja je umjetnost, a budućnost umjetnosti je oglašavanje!



MODERATOR:

Edina SeleskovićThink Freedom, umjetnica i osnivačica (SAD/BiH)
Think Freedom, Artist and Founder (USA/BiH)

Creatives of the World Unite: Future of Advertising is Art and Future of Art is Advertising!

Vizualno stvaranje ne bavi se samo komunikacijom, već i sposobnošću postavljanja naših ideja u tude umove te izražavanja i razumijevanja koncepata daleko iznad onoga što možemo objasniti riječima. To je ono što je stvorilo moderan svijet i što ga okreće. Danas prosuđujemo o svojim prethodnicima na temelju simbola i slika koje su ostavili za sobom. Jesmo li se zaboravili zapitati kako će nas suditi i po kojim slikama? Ova univerzalna snaga umjetnosti je u rukama kreativaca i umjetnika, ali ona dolazi s odgovornošću. Samo šačica pojedinaca ima sposobnost stvaranja vizualnih slika...slika dovoljno snažnih za dokumentaciju vremena u kojem živimo. Pa ipak, upitno je kako su ti kreativci percipirani u javnosti ili čak kako sami sebe percipiraju.

Koja je uloga umjetnosti i vizuala u našem društvu te koja je percepcija njihova autora? Smatramo li da na promjenjivo ljudsko stanje stalno utječe moderna umjetnost? Kako se čini da su kreativci u oglašavačkoj industriji i suvremenici na suprotnim stranama spektra, istina je da se danas njihove uloge progresivno mijenjaju. Netko se napokon usudio preći liniju i reći: Je li moguće da budućnost oglašavanja leži u umjetnosti, a budućnost umjetnosti u oglašavanju? Trebaju li reklamne agencije više „razmišljati i djelovati“ kao umjetnici, a suvremeni umjetnici više kao agencije, čisto zbog utjecaja kojeg imaju na oba svijeta?

sudjeluju // participants

**Abdulah Skaka**Grad Sarajevo, gradonačelnik (BiH)
City of Sarajevo, Mayor (Bosnia and Herzegovina)**Tadej Glažar**Fakultet za arhitekturu Ljubljana, dodekan i arhitekt (Slovenija)
Faculty of Architecture Ljubljana, Vice Dean and Architect (Slovenia)**Koan Jeff Baysa**Liječnik, nezavisni kustos i kreativni direktor (SAD)
Physician, Independent Curator and Creative Director, (USA)**Sarita Vujković**Muzej savremene umjetnosti RS u Banja Luci, ravnateljica (BiH)
Museum of Contemporary Art RS in Banja Luka, Director (Bosnia and Herzegovina)**Yane Čalovski**Vizualni umjetnik (Makedonija)
Visual Artist (Macedonia)

Kreativno dokoličarenje



MODERATOR:

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

Prošlo je deset godina od prvog Weekend Media Festivala. Kao odmak od klasičnih strukovnih konferencijskih, iscrpljujućih godišnjih korporativnih sastanaka i neinventivnih team buildinga, Weekend je postavio savršen miks zabave, edukacije, druženja i prekrasnog Rovinja kao kulise za sve to. Weekend je oduvijek mjesto neobavezognog druženja i sklapanja poslova uz more i glazbu. Možda najvažniji sastojak ovog miška je i koncept na kojem je Weekend i nastao – kreativno dokoličarenje. Kako teorija kaže, ljudi su najproduktivniji i filozofski na najvišoj razini tijekom dokoličarenja. Weekend je regiji ponudio priliku za stvaranje kroz kreativno dokoličarenje.

Što je i kako je nastalo kreativno dokoličarenje? Tko su ljudi koji su pomogli da Weekend postane Weekend 10? Kakva je budućnost dokoličarenja? I kako će izgledati idućih deset?

sudjeluju // participants

**Branimir Brklić**Terra Panonica, osnivač (Srbija)
Terra Panonica, Founder (Serbia)**Predrag Grubić**Adris grupa, direktor korporativnih komunikacija (Hrvatska)
Adris grupa, Corporate Communications Director (Croatia)**Ivan Stanković**Fakultet dramskih umjetnosti Beograd, profesor (Srbija)
Faculty of Dramatic Arts Belgrade, Professor (Serbia)

Creative Loitering

Ten years have passed since the first Weekend Media Festival. As a sort of departure from the classic professional conferences, exhausting annual corporate meetings and stick-in-the-mud team buildings, Weekend Media Festival set a new standard which featured a mix of entertainment, education, socializing and gorgeous Rovinj as a backdrop for all these activities. The Weekend has always been a place for nonobligatory socializing and making business deals surrounded by sea and music. Perhaps the most important ingredient of this mix is the concept that the Weekend was created on – creative loitering. As the theory states, people are at their most productive point and highest philosophical level while idle. Weekend Media Festival has offered the region an opportunity to create through creative loitering.

What is creative loitering and how did it come about? Who are the people that helped the Weekend turn into Weekend 10? What is the future of loitering? And how will the next ten years look?

Sašo DimitrijevskiPristop skupina, Partner i član uprave (Slovenija)
Pristop Group, Partner and Board Member (Slovenia)**Bojan Hadžihalilović**Fabrika, kreativni direktor (BiH)
Fabrika, Creative Director (Bosnia and Herzegovina)

Novinar/stvo 21. stoljeća

21st Century Journalist



MODERATOR:

Gordana Galović
404, Content Director (Hrvatska)
404, Content Director (Croatia)

Suvremeni novinar po mnogočemu podsjeća na Robocopa. U kratkom vremenu on može obraditi sve aspekte jedne vijesti, analizirati je i plasirati u različitim formatima na različitim platformama. Izvrsno koristi kameru, razumije i vrla društvenim medijima, a web analitika mu nije strana. Suvremeni novinar komunicira i uspostavlja povjerljiv odnos sa svojom publikom, konstantno radi na vlastitom brendu i izvrstan je u javnom nastupu.

Što znači biti novinar u 21. stoljeću? Koja su sve znanja i vještine potrebni? Kako se takav novinar uklapa u svoju redakciju? Koji su novi poslovni modeli i medijske platforme? Kako izgledaju mediji u kojima rade novinari 21. stoljeća?

sudjeluju // participants

**Ivana Galić Baksa**

Nova TV, direktorica marketinga, PR-a i korporativnih komunikacija (Hrvatska)
Nova TV, Head of Marketing, PR and Corporate Communications (Croatia)

**Dražen Klarić**

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

**Goran Gavranović**

24sata, glavni urednik (Hrvatska)
24sata, Editor in Chief (Croatia)

**Goran Ogurlić**

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

Don't Stop Me Now

Don't Stop Me Now



MODERATOR:

Petar Pereža
Nova TV, voditelj (Hrvatska)
Nova TV, News Host (Croatia)

direct media
Sredstva komunikacije i komunikacijske agencije u Hrvatskoj i u svijetu | directmedia.hr

Rast je u prirodi svake tvrtke. Svi želimo prerasti svoje okvire, svoje tržište i otici dalje. Želimo upravljati kompleksnim projektima, velikim strategijama i nizom brendova. Doveli smo CEO-e top tvrtki u svojim segmentima da nam kažu kako to ostvariti i što uopće znači biti uspešan brend u regiji.

Kako razumjeti potrošače na više tržišta? Kako postaviti regionalne komunikacijske, marketinške i medijske strategije? Kako je uredena funkcija marketinga u velikim regionalnim kompanijama? Jesu li tržišta regije i dalje najbolja 'prva' tržišta za iskorak kompanija?

Growth is in every company's nature. We all want to outgrow our borders and our market and move on. We want to lead complex projects, tackle big strategies and work with a plethora of brands. We have brought the CEOs of the best companies in their segments to tell us how to make that a reality.

How to manage company growth? What are the criteria of successful brand management and media on the local market, and how do they differ on the regional and global level? How can we understand consumers on multiple markets? How to set up regional communication, marketing and media strategies? What is the structure of marketing in large regional companies? Are regional markets still the „first“ markets for a company breakthrough?

sudjeluju // participants

**Mihailo Janković**

Nectar grupa, generalni direktor (Srbija)
Nectar Group, CEO (Serbia)

**Jovan Stojanović**

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

**Marin Pucar**

Podravka, predsjednik Uprave (Hrvatska)
Podravka, Chairman of the Board (Croatia)

**Pavel Vrabec**

Pro Plus, CEO (Slovenija)
Pro Plus, CEO (Slovenia)

SUBOTA / 16.45 - 17.45 / DVORANA NORDICS EXPOSED // SATURDAY / 4.45pm - 5.45pm / NORDICS EXPOSED STAGE

PR - deset godina
kasnijePR - Ten
Years Later

MODERATOR:

Igor Prstec
 404, PR savjetnik (Hrvatska)
 404, PR Consultant (Croatia)

UVOD: **Darja Kupinić Guščić**
 Newton Media SEE / MediaNet / AMEC, suvlasnica / direktorka/ članica Uprave
 (Hrvatska)
 Newton Media SEE / MediaNet / AMEC, Co-owner/ CEO / International Board
 Member (Croatia)

Čini se da je danas PR struka u Hrvatskoj u točki preokreta. Sve su veća očekivanja organizacija od PR-a, on je last resort u kriznim situacijama, a PR-ovci skupljaju sve više znanja i kompetencija, što se vidi po kreativnosti kampanja. No, u upravama naših kompanija i dalje nema PR-ovaca, PR u javnom sektoru je de facto zabranjen, a prometi agencija unatoč oporavku biznisa stagniraju. Što PR-ovcima treba za otvaranje novog poglavlja?

It seems that the PR profession in Croatia has hit a turning point. As expectations from various organizations grow, PR is the last resort in critical situations, and PR professionals have been gathering additional knowledge and competencies, which is very visible in campaign creativity. However, the Boardrooms of our leading companies still lack PR experts, PR in the public sector is de facto forbidden, and agency turnover is stagnating, despite a general market recovery. What does PR need in order to open a new chapter?

sudjeluju // participants


Mario Aunedi Medek
 Media Val, direktor (Hrvatska)
 Media Val, Managing Director (Croatia)


Nina Išek Međugorac
 HT, direktor odjela (Hrvatska)
 HT, Director of Department (Croatia)


Aleksandra Kolaric
 HUOJ, predsjednica (Hrvatska)
 Croatian Association for Public Relations, President (Croatia)


Elena Wolsperger Dolezil
 Dukat, direktorka korporativnih komunikacija (Hrvatska)
 Dukat, Corporate Communication Director (Croatia)

SUBOTA / 11.15 - 12.15 / DVORANA NORDICS EXPOSED // SATURDAY / 11.15am - 12.15pm / NORDICS EXPOSED STAGE

Radio jači
nego ikadaRadio Stronger
Than Ever

MODERATOR:

Tatjana Juric
 Narodni radio, DJ (Hrvatska)
 Narodni radio, DJ (Croatia)

MODERATOR:

Ivan Vukusic
 Enter Zagreb, DJ (Hrvatska)
 Enter Zagreb, DJ (Croatia)

Kako se medijski krajolik sve brže mijenja uz nove načine konzumiranja informacija i glazbe, radio je i dalje relevantan svojoj publici. Radio drži jedinstvenu poziciju kao izvor besplatne glazbe, informacija i zabave. Iako je slušanost vrlo visoka, radio i dalje koristi alternativne platforme kako bi došao do nove publike i dodatno pojačao svoju ponudu.

Na ovom panelu će tri medijska stručnjaka iz Australije/Velike Britanije, Austrije i Hrvatske objasniti kako koriste različite pristupe za interakciju s publikom te rezultate za svoje klijente i, na kraju, prihode. Podijeliti će svoja mišljenja o budućnosti radija i kako ju stvoriti.

With a rapidly changing media landscape and new ways of consuming information and music, radio is still relevant for its audiences. Radio has a unique position as a source of free music, information and spoken word entertainment. Although listening is high, radio is using alternative platforms to reach audiences and develop its offer.

In this session three media experts from Australia/UK, Austria and Croatia will explain how they utilise different touchpoints to engage with audiences, develop results for their clients and generate revenue. They will share their ideas where they see radio heading and how they will create their future for radio.

sudjeluju // participants


Clive Dickens
 Seven West Media, voditelj digitalnog odjela (Australija)
 Seven West Media, Chief Digital Officer (Australia)


Rüdiger Landgraf
 Kronehit, direktor i suvlasnik (Austrija)
 Kronehit, CEO and Co-Owner (Austria)


Katarina Sučić
 Antena Zagreb, programska direktorka (Hrvatska)
 Antena Zagreb, Program Director (Croatia)

WIN - WIN!

Je li sport dobar biznis?

WIN - WIN!

Is Sport a Good Business?



MODERATOR:
Nino Štambuk
RTL, voditelj redakcije (Hrvatska)
RTL, Head of News Office (Croatia)

Postoji malo toga oko čega su ljudi strastveni kao oko sporta. Svaki navijač zna koji dres nose u njegovom timu ili koje brendove reklamira njegov najdraži igrač. Neki su timovi poznatiji od gradova u kojima nastupaju. Pametni brendovi to sve jako dobro znaju. Sport je za mnoge ključan marketinški alat.

Kako koristiti sport u marketingu? Kako izabrati sport? Kako izgleda pametno sportsko sponzorstvo? Koja je uloga sportaša? Kako integrirati brend u komunikaciju sportskog tima?

There is very little that people are passionate about as much as sports. Every loyal fan knows what his favorite team's jersey looks like and what brands are advertised by their favorite players. Some teams are even better known than the cities they play for. Smart brands know that very well. For many, sports are a key marketing tool.

How can we use sports in marketing? How to pick a sport? What does a smart sport sponsorship look like? What is the athlete's role? How can we integrate a brand into sports team communication?

sudjeluju // participants



Zoran Gobac
Hrvatski rukometni savez, dopredsjednik (Hrvatska)
Croatian Handball Federation, Vice President (Croatia)



Ivan Lovreček
RTL Hrvatska, zamjenik predsjednika Uprave (Hrvatska)
RTL Croatia, Deputy CEO (Croatia)



Ivica Žigić
HEP, direktor marketinga i komunikacija (Hrvatska)
HEP, Marketing and Communication Manager (Croatia)

STEM, je t'aime:

budućnost je već počela



MODERATOR:
Nino Đula
Jutarnji list, izvršni urednik i kolumnist (Hrvatska)
Jutarnji list, Executive editor and columnist (Croatia)

Mali Švedani i mali Hrvati su danas pred jednakim izazovom – 65 posto današnjih prvašića bavit će se zanimanjima kojih danas nema. Globalna digitalna transformacija potaknuta brzim tehnološkim promjenama i inovativnim poslovnim modelima stavlja jednak izazov pred sve buduće generacije. Usvajanje kompetencija iz područja STEM-a ključni je preduvjet iskorištavanja ove prilike.

Kako postati dijelom STEM revolucije? Kako potaknuti sve segmente društva na sudjelovanje u digitalizaciji? Koje su prepreke, a koje prilike koje nas očekuju?

STEM, je t'aime:

The Future is Now



Baby Swedes and baby Croats are facing an equal challenge 65% of today's first graders will work in professions that don't exist today. The global digital transformation prompted by hi-speed changes in technology and innovative business models will be an equal challenge to all future generations. Embracing STEM area competencies is the key prerequisite for utilizing this opportunity.

How can we become a part of the STEM revolution? How can we stimulate all segments of society to join the digitalization? What are the obstacles and what are the opportunities that we will face?

sudjeluju // participants



Nenad Bakic
IRIM, predsjednik i posebni savjetnik Predsjednice RH za STEM i digitalnu transformaciju (Hrvatska)
IRIM, President and Special Advisor of the President of Croatia for STEM and Digital Transformation (Croatia)



Boris Drilo
HT, član Uprave i glavni direktor za tehniku i informacijske tehnologije (Hrvatska)
HT, Member of the Management Board and Chief Technical and Information Officer (Croatia)



Boris Jokić
Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, znanstveni suradnik (Hrvatska)
Institute for Social Research in Zagreb, Research Associate (Croatia)



Marko Matijević
srednja.hr, glavni urednik (Hrvatska)
srednja.hr, Editor In Chief (Croatia)



Mate Rimac
Rimac Automobili, izvršni direktor (Hrvatska)
Rimac Automobili, CEO (Croatia)

Svakog dana
u svakom pogledu
sve više
napredujemo

Every Day,
In Every Way,
We Are Getting
Better and Better



MODERATOR:

Viktor Vresnik

Jutarnji list, reporter (Hrvatska)
Jutarnji list, business editor (Croatia)

Nekoliko je priča koje se provlače kroz javni prostor u vezi s generatorom ekonomskog rasta u Hrvatskoj. U prvoj verziji imamo plavu i zelenu Hrvatsku – zelena proizvodi, dok se u plavoj prodaje turistima. U drugoj verziji slušamo da je potrebno vratiti se industriji kakvu smo nekad imali – reindustrijalizirajmo zemlju i ekonomija će procijetati. Može li turizam biti generator ekonomskog rasta? Možemo li se reindustrijalizirati? Koji su potencijalni generatori ekonomskog rasta? Koje su ključne prepreke većem ekonomskom rastu? Kako izabrati izvore rasta?

There are several stories that wriggle through the public space regarding economic growth generators in Croatia. The first version contains Blue and Green Croatia – Green Croatia produces, while Blue Croatia profits on tourism. The second version tell us we need to go back to the industry we once had – if we reindustrialize the country, the economy will flourish. Can tourism be a generator of economic growth? Can we be reindustrialized? What are the potential economic growth generators? What are the key obstacles to a greater economic growth? How can we choose the sources of growth?

sudjeluju // participants

**Hrvoje Patajac**

Adris grupa, direktor kontrolinga (Hrvatska)
Adris grupa, Director of Controlling (Croatia)

**Vedrana Pribičević**

Zagrebačka škola ekonomije i managementa, viši predavač (Hrvatska)
Zagreb School of Economics and Management, Senior Lecturer (Croatia)

**Velimir Šonje**

Arhivanalitika / Ekonomski lab, direktor (Hrvatska)
Arhivanalitika / Ekonomski lab, Director (Croatia)

**Josip Tica**

Ekonomski fakultet Zagreb - Sveučilište u Zagrebu, redoviti profesor (Hrvatska)
Faculty of Economics and Business - University of Zagreb, Full Professor (Croatia)

Svetsko, a naše

Global, yet Ours



MODERATOR:

Robert Čoban

Color Press Group, predsjednik Upravnog odbora (Srbija)
Color Press Group, CEO (Serbia)

Dolazak časopisa Playboy dočekan je u regiji kao prvi društveni događaj koji je označio otvaranje prema svijetu. U nekoliko zadnjih desetljeća medijske licence proširele su se svijetom zajedno s globalizacijom. U regiji su tako zaživjele brojne licence, no u posljednje vrijeme gledamo kako se mnoge povlače.

Jesu li postale suvišne i preskupe ili je strah od globalizacije zahvatio i njih? Zašto su se neke poznate licence ugasile u Srbiji, a nisu u Hrvatskoj i obrnuto? Kako opstaju one koje su ostale te što je u usponu, a što u padu?

The arrival of Playboy magazine to the region was a truly great social happening which marked a certain opening towards the world. In the past, few decades the media licenses expanded along with globalization. Many licenses came to life in the region, but recently, they have started to retreat from the region.

Have they become obsolete or too expensive or maybe the fear of globalization got to them? Why have some famous licenses left Serbia and not Croatia, and vice versa? How do those who stay survive and what are the latest trends?

sudjeluju // participants

**Damjana Domanovac**

Place2go, direktor izdanja (Hrvatska)
Place2go, Publishing Director (Croatia)

**Jelena Joksimović**

Ljepota&Zdravlje / Svijet Print, glavna i odgovorna urednica (BiH)
Ljepota&Zdravlje / Svijet Print, Editor in Chief (BiH)

**Duška Jovanić**

Elle, glavna urednica (Srbija)
Elle, Editor in Chief (Serbia)

**Dušan Lukić**

AM Ljubljana, glavni urednik Plugin Magazina i Avto Magazina, Bussines Media direktor (Slovenija)
AM Ljubljana, Chief Editor, Plugin Magazine & Avto Magazin, Bussines Media Director (Slovenia)

Sve što ste oduvijek željeli znati o susjedima, a niste ih se usudili pitati

MODERATOR:

Jugoslav Čosić
 N1 Televizija (Srbija)
 N1 Television (Serbia)

MODERATOR:

Tihomir Ladišić
 N1 Televizija (Hrvatska)
 N1 Television (Croatia)

Everything You Always Wanted to Know About Your Neighbors, but Were Afraid to Ask

MODERATOR:

Amir Zukić
 N1 Televizija (BiH)
 N1 Television (Bosnia and Herzegovina)



Panel čije je ime parafraza poznatog naslova: "Sve što ste oduvijek željeli znati o seksu, a niste se usudili pitati", zamišljen je kao duhovit i otvoreni razgovor o svim dobrim i lošim stranama komšija i susjeda, u kojem će news direktori kanala N1 iz jedne zemlje postavljati pitanja sudionicima panela iz druge, na različite teme iz sfera politike i povijesti, nacionalizma, satire i medija, turizma... Duhoviti, provokativni i lucidni sugovornici poznati regionalno garantiraju zanimljivu i atraktivnu diskusiju o brendu "komšija-susjed".

The name of the panel is paraphrasing the infamous movie title: "Everything you always wanted to know about sex but were afraid to ask". This panel will basically be a humorous and open conversation about the good and bad sides of neighbors, in which the N1 News Director from one country will ask questions to panelists from other countries. The themes will vary from politics and history, nationalism, satire and the media, tourism etc....Humorous, provocative and lucid panelists, known in the entire region, will guarantee an interesting and attractive discussion about the "neighborhood" brand.

sudjeluju // participants


Dragoljub Mičko Ljubičić
 Scenarist, glumac i satiričar (Srbija)
 Writer, Actor and Satirist (Serbia)


Dragoljub Draža Petrović
 Danas, glavni urednik i kolumnist (Srbija)
 Danas, Editor in Chief and Columnist (Serbia)


Borna Sor
 Newsbar, autor (Hrvatska)
 Newsbar, Author (Croatia)


Damir Nikšić
 Angažirani umjetnik i politički satiričar (BiH)
 Engaged Artist and Political Satirist (Bosnia and Herzegovina)


Srđan Puhalo
 Politički analitičar i socijalni psiholog (BiH)
 Political Analyst and Social Psychologist (Bosnia and Herzegovina)


Domagoj Zovak
 Newsbar, autor (Hrvatska)
 Newsbar, Author (Croatia)

Tko crta, zlo ne misli

MODERATOR:

Iva Šulentić
 freelance/HRT (Hrvatska)
 Freelance/HRT (Croatia)

Davnih osamdesetih godina prošloga stoljeća skupila se šaćica klinaca koji su, inspirirani njujorškom graffiti scenom, odlučili napraviti svoju scenu, baš tu, u Hrvatskoj. Dvadeset pet godina kasnije ekipa je i dalje na okupu, malo ozbiljnija i spremljena na sve nove izazove, bili oni poslovni, umjetnički, kulturni... Kako je nastajala graffiti scena u Hrvatskoj, a i regiji? Kako živjeti radeci ono što volis? Kako opstati u regiji gdje se umjetnost cjeni manje nego u ostatku svijeta i kakve veze to ima s gosponom Fuljom? Odgovore na ova i još mnoga pitanja saznajte na panelu povodom 25. godišnjice najpopularnije graffiti ekipe, YCP.

A Graff a Day Takes the Mischief Away

In the early eighties of the last century, a group of kids inspired by the New York graffiti scene, decided to make a scene right here, in Croatia. Twenty-five years later, the crew is still together, although a bit more serious and ready for whatever life throws at them, no matter the challenge, be it business, art, culture-related... How did the Croatia graffiti scene come to life in Croatia, and was it the same in the region? How can you make a living by doing what you love? How to survive in a region where art is appreciated less than the rest of the world and what does that have to do with Mr. Fulji? The answers to these questions and many more will be heard at a panel dedicated to the 25th anniversary of Croatia's most popular graffiti crew, YCP.

sudjeluju // participants


Krešimir Buden
 2Fast (Hrvatska)
 2Fast (Croatia)


Ivo Kosanović
 Smack (Hrvatska)
 Smack (Croatia)


Aleksandra Petković
 TKV (Srbija)
 TKV (Serbia)


Krone Franetić
 Crone (Hrvatska)
 Crone (Croatia)


Slaven Kosanović
 Lunar (Hrvatska)
 Lunar (Croatia)

Život u doba duopola

Life in Duopoly Times



MODERATOR:

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

Prihodi od oglašavanja dvaju globalnih divova dosežu nevjerojatne razine: Google je postao većim od cijelokupne print-industrije globalno, dok je Facebook gotovo preštagao sve radijske medije u svijetu. Prihodi tiskanih medija godinama drastično padaju, dok njihove internetske inačice i dalje ne mogu nadomjestiti njihove gubitke. Trenutno gledamo kako se mnogi mediji pokušavaju transformirati i pronaći model koji bi funkcionirao. Uz nekoliko iznimki za sada je teško pronaći uvjerljive primjere koji bi poslužili kao uzor industriji.

Postoji li budućnost medija? Koje su posljedice rušenja zida između oglašavanja i novinarstva? Nestaje li novinarstvo s novim poslovnim modelima? Jesu li Google i Facebook monopolii?

Advertising profits of two global giants have reached incredible heights: Google has become larger than the total global print industry, while Facebook nearly overtook all radio media in the world. Print media profits have marked a drastic fall in the past few years, while their online versions still struggle with replacing their losses. We are currently witnessing many media attempting to transform and find a new functional business model. With a couple of exceptions, it is difficult to find a convincing example that would serve as an industry role-model.

Is there a future for the media? What are the consequences of breaking down the wall between advertising and journalism? Is journalism disappearing with new business models? Have Google and Facebook become monopolies?

sudjeluju // participants



Miran Pavić

Telegram Media Grupa, direktor (Hrvatska)
Telegram Media Grupa, CEO (Croatia)



Jovan Protić

Onet RAS Polska Group, COO (Poljska)
Onet RAS Polska Group, COO (Poland)



Boris Trupčević

Styria, direktor za Hrvatsku (Hrvatska)
Styria, General Manager for Croatia (Croatia)



~ C A T C H T H E S P A R K ~

S V A R O G

#CROATIAN #PREMIUM #VODKA

#PARTY WEEKEND MEDIA FESTIVAL



PONOSNI POKROVITELJ
PRAVOG DRUŽENJA

125
GODINA

radionice

workshops

SUBOTA / 10.00 - 11.00 / VIKEND RADNI PROSTOR // SATURDAY / 10am - 11am / WEEKEND WORKSPACE

Infografike i Visual Storytelling - Kako dobrom pričom doprijeti do korisnika

Znanstveno je dokazano da lakše i efikasnije učimo na vizualni način, a naš mozak procesira slike 60.000 puta brže od teksta. Stoga ne treba čuditi podatak da se infografike "lajkaju" i dijele i do 3 puta više nego bilo koji drugi oblik sadržaja na društvenim mrežama. Pridružite se radionici gdje ćete dobiti praktične savjete i usvojiti nova znanja o jednom od najjačih oružja content marketinga današnjice s naglaskom na njegov golemi viralni potencijal.

Više od 90% korisnika od brandova traži da svoje reklame rade kao zanimljive priče. Zato će u središtu pažnje biti upravo primjena visual storytelling metode koja u centar zbivanja ne stavlja brand, već ciljanog potrošača oko kojega se vrati cijela priča. Cjelokupan proces i uporabu metode prikazat ćemo vam kroz studije slučaja koje obuhvaćaju klasične (statične) i animirane infografike.

Radionicu će voditi kreativni tim iz studija Infographic Box IDS koji je realizirao na stotine projekata s područja infografike za renomirane internacionalne klijente, uglavnom iz SAD-a.

Infographics and Visual Storytelling - How a Good Story Reaches the Consumer

It is scientifically proven that the visual was is the easiest and most effective way of learning because our brain processes pictures 60.000 times faster than text. So, it comes to no surprise that infographics are liked and shared 3 times more than any other form of content on social media. Join us for a workshop where you will get practical advice and gain new knowledge about one of today's most potent content marketing tools with an emphasis on its huge viral potential.

Over 90% of brand consumers ask that their advertisements use interesting stories. Therefore, we will concentrate on the implementation of the visual storytelling method which emphasizes the targeted consumer and his story instead of the brand itself. The entire process and the usage of the method will be shown through case studies which encapsulate classical (static) and animated infographics.

The workshop will be hosted by the Box IDS creative team which has already executed hundreds of projects in the field of infographics from renowned international clients, mostly from the United States.

prezenteri // presenters

**Boris Benko**

Infographic Box IDS, osnivač i kreativni direktor (Hrvatska)
Infographic Box IDS, Founder & Creative Director (Croatia)

SUBOTA / 15.30 - 16.30 / DVORANA RADIONICA // SATURDAY / 3.30pm - 4.30pm / WORKSHOP STAGE

Ispričaj mi priču

Tell Me a Story

Pete Radovich je u svojoj karijeri osvojio 30 nagrada Emmy. Tajna njegovog uspjeha krije se u vještini pričanja priče. Kako bi se ispričala dobra priča potrebno je puno znanja, ali je ključno to kako se ona dalje prenosi gledateljima. Ograničenom broju sudionika Pete će prenijeti sve što zna i što je naučio u svojoj bogatoj karijeri.

Pete Radovich has won 30 Emmy awards in his career. The secret of his success lies in his storytelling skills. To tell an exceptional story, one needs a lot of knowledge, but the way the story is transferred to the viewers is also very crucial. Pete will share everything he knows and what he has learned in his rich career to a limited number of participants.



prezenteri // presenters

**Pete Radovich**

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

Mindfulness - prozor u svijet sadašnjeg trenutka

Mindfulness – the Window Into the World of Now

Mindfulness je oblik mentalnog treninga koji nas kroz jednostavne tehnike usmjeravanja pažnje približava iskustvu sadašnjeg trenutka. Takvo vježbanje donosi niz dobrobiti: otpornost na stresne situacije, mentalni mir, poboljšanu kvalitetu usredotočenja na radne zadatke i inspiraciju za pronaalaženje inovativnih rješenja u svakodnevnim životnim situacijama. Ono budi naš kapacitet da se otvorimo prema svijetu oko sebe te uklopimo u njega na način oslobođen predrasuda steknutih kulturom, obrazovanjem ili odgojem. Kao takav Mindfulness se danas pretvorio u nezamjenljiv oblik mentalne higijene neophodne za svakodnevno nošenje s izazovima modernih vremena.

U posljednjih dvadesetak godina prakticiranje Mindfulnessa se pretvorilo u znanstveno utemeljen sustav vježbanja umu koji su podjednako prigrale brojne svjetske kompanije, medicinski rehabilitacijski centri i obrazovne ustanove. Posebno se dobro uklopio u svijet biznisa, donoseći učinkovit alat za smanjenje stresa te povećanje učinkovitosti i kreativnosti zaposlenika. Slijedeći svjetske trendove, posljednjih godina sve ga više otkrivaju i tvrtke iz naše regije.

Mindfulness is a form of mental training that uses simple techniques of focusing to get closer to experiencing the present moment. Such exercise brings a series of benefits: resilience to stressful situations, mental peace, improved quality of task focusing and inspiration for finding innovative solutions in everyday situations. It wakes up our capacity to open to a world around us and integrate into it in a way that is free of prejudice acquired by culture, education or upbringing. As such, Mindfulness has turned into an irreplaceable shape of mental hygiene necessary for daily coping with the challenges of modern times.

In the past twenty years, the practicing of Mindfulness has turned into a scientifically based system of mental exercise, embraced equally by many global companies, medical rehabilitation centers and educational institutions. It has fit into the business world exceptionally well, as it is an effective tool for decreasing stress, increasing effectiveness and employee creativity. Regional companies have started to use it more in the past couple of years by following global trends.

prezenteri // presenters

**Mihajlo Pažanin**ISOD, direktor programa Mindfulness (Hrvatska)
ISOD, Program Director (Croatia)

Povezivanje TV oglasa s digitalnim oglasima na Googleu i Facebooku

Linking Digital TV Ads to Google and Facebook

Prema travanjskim podatcima i time-spent metrikama agencije za istraživanje gledanosti televizije, AGB Nielsen, TV je još uvjek vodeći medij. Na radionici o povezivanju TV oglašavanja i digitala, saznat ćete na koji način možete povezati TV i digital, na koji način mjeriti utjecaj TV oglašavanja na digitalne kanale te možete li iskoristiti fenomen second-screena u vlastitu korist (čak i ako se ne oglašavate na TV-u).

According to April data and time-spent metrics of the viewership research agency AGB Nielsen, TV is still the leading media. At the TV Advertising and Digital Linking Workshop, you'll learn how to connect TV and digital, how to measure the impact of TV advertising on digital channels, and whether you can take advantage of the second-screen phenomenon for your own benefit (even if you do not advertise on TV).

prezenteri // presenters

**Andrej Boboš**SeekandHit, voditelj odjela za razvoj (Hrvatska)
SeekandHit, Head of Development (Croatia)**Ivan Frančešević**SeekandHit, voditelj odjela za oglašavanje
(Hrvatska)
SeekandHit, Head of Ads Department (Croatia)**Mario Frančešević**SeekandHit, osnivač/direktor (Hrvatska)
SeekandHit, Founder/CEO (Croatia)

Zašto si prestao biti cool, Instagram?

Why Did You Stop Being Cool, Instagram?

Od planeta ljubaznosti, talenta i inspiracije pa sve do svijeta algoritama, mjerena broja interakcija i reacha.

Fotografi iz cijelog svijeta potaknuti stvaranjem, razmjenom iskustava te razvojem svojih vještina i talenata, sada već očajnički trebaju platformu koja se temelji na ljubavi, a ne na \$.

Što je pošlo po krivu na Instagramu i koji su glavni razlozi globalnog razočaranja? Priču nam priča hrvatska Instagramerica, Marijana Matan, na Instagramu poznata pod imenom @blue.ridinghood

From a planet of kindness, talent and inspiration to the world of algorithms, rates and reach.

Photographers from all around the world driven by creation, learning, inspiration and development of their skills and talents, desperately need a platform based on love rather than \$.

Why? What went wrong on Instagram and what are the main reasons for global disappointment? Story told by Croatian Instagrammer, Marijana Matan @blue.ridinghood

Psihologija društvenih mreža i nedruštvenih komentara

Društvene mreže su mjesto gdje se mogu graditi najdirektnije i najbrže interakcije s velikim brojem korisnika. To je mjesto gdje su brand i korisnici na istoj razini, gdje mogu izgraditi pravu i čvrstu priču. Ipak, jedna od najmukotrpnijih i najnapornijih aktivnosti, a zajednička gotovo svima, je bavljenje zahtjevnim i nezadovoljnim korisnicima. Posebno je to teško kad svoje nezadovoljstvo iskazuju pred svima, baš tu unutar priče koju pokušavamo graditi.

Na radionici ćemo se baviti upravo rješavanjem tih problema. Učit ćemo kako empatizirati s onima koji nas živciraju i rade protiv nas, kako razumjeti što su pravi razlozi u pozadini takvog ponašanja i kako na njih reagirati. Radionica će biti bazirana na dva dijela. Prvo je psihološko predavanje o motivima, njihovom prepoznavanju i učenju vještine "ulaženja u tuđe cipele".

U drugom dijelu ćemo na pravim primjerima postova i komentara analizirati korisničke prigovore i osmišljavati najprikladnije odgovore na njih, utemeljene u psihologiji. Uz to ćemo se baviti i problemima određivanja prioriteta odgovaranja - kada, kako i kome prvome odgovoriti.

The Psychology of Social Media and Unsocial Comments

Social networks are place where we can build the most direct and quickest interactions with a large number of users. It's a place where a brand and users are at the same level, where they can build a real and true story. Nevertheless, it is also one of the most painstaking and tiring activities, and the common ground of all, is dealing with difficult and unsatisfied users. It's especially when users show that dissatisfaction to everyone, right in the center of a story we are trying to build.

This workshop will deal with solving these problems. We will learn how to empathize with those who annoy us and work against us, and how to understand the real reasons behind such behavior and how to react to it. The workshop will be separated in two parts. The first part is a psychological lecture on motives, its recognition and learning the skill of „walking a mile in someone's shoes“.

The second part will use real post examples and analyze user complaints as well as devise the most suitable answer, based on psychology. We will also deal with the problems of determining answer priorities – when, how and who to answer to first?

prezenteri // presenters

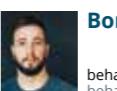
**Marijana Matan**

Xantie Digital, suosnivačica (Hrvatska)
Xantie Digital, Co-founder (Croatia)

prezenteri // presenters

**Marta Dumančić**

behave _ analytics & behavioural consultancy, psiholog (Hrvatska)
behave _ analytics & behavioural consultancy, Psychologist (Croatia)

**Boris Šurija**

behave _ analytics & behavioural consultancy, psiholog i strateg (Hrvatska)
behave _ analytics & behavioural consultancy, psychologist and strategist (Croatia)



ENJOYED EVERYPLACE.
MADE IN ONE.

LIVE FREELY. DRINK RESPONSIBLY.



prezentacije

presentations

Djeca u digitalnoj džungli

Children of the Digital Jungle

Svakoga dana i poslovno i privatno svi sudjelujemo u izgradnji "digitalne džungle". Djeca su sve ranije u njoj, ali bez da smo se zapitali koji ih predatori tamo vrebaju i koja je naša odgovornost u tome.

We all participate in the construction of a „digital jungle“ on a daily basis, be it work or privately related. Our children are entering the jungle at an early age, but have we asked ourselves what predators lurk around and what our responsibility entails?

GDPR 2018 - što nas očekuje i kako se pripremiti?

GDPR 2018 – What to Expect and How to Prepare?

This lecture will present the most relevant news brought on by the implementation of the General Data Protection Regulation, with a special review on the effect of this new industry regulative which will engage in personal data protection as well as process especially sensitive personal information (marketing, health industry). Why is GDPR such an important subject and how can we prepare for it, where are the risks hidden and where can we find opportunities for its participants in a time where data is the most valuable resource which can help you win or lose a battle on the market?

prezenteri // presenters

**Tomislav Ramljak**

Centar za nestalu i zlostavljanu djecu, voditelj Centra (Hrvatska)
Center for Missing and Exploited Children and Safer Internet Centre,
President of the Centre (Croatia)



MODERATOR:

Ida Prester

Voditeljica/glažbenica (Hrvatska/Srbija)
TV Host/Musician (Croatia/Serbia)

prezenteri // presenters

**Mario Perica**

Odvjetnik u suradnji s Karanović & Nikolić (Hrvatska)
Attorney at Law in cooperation with Karanović & Nikolić (Hrvatska)

SUBOTA / 11.15 - 12.15 / DVORANA RADIONICA // SATURDAY / 11.15am - 12.15pm / WORKSHOP STAGE

Kako nastaje Weekend

How the Weekend is Made

Producenat i izvršni direktor Weekenda dat će uvid u to kako nastaje najveći medijski događaj u regiji i tko stoji iza njega. Ako želite sazнати što su to projekti, kako nastaju i zašto ih uopće raditi, poslušajte predavanje čovjeka koji je 15 godina u industriji. Producenat ceremonije otvaranja i zatvaranja Azijatskih igara na pijesku i voditelj lokalne produkcije na Red Bull Air Raceu otkrit će tajne zanata koji obožava.

The Producer and Executive Director of the Weekend Media Festival will give us an insight into how the largest media happening in the region comes together and who is behind the project. If you want to find out what projects are, how they are created and why even bother doing them, check out the lecture of a man who has spent the past 15 years in the industry. The producer of the opening and closing ceremony of the Asian Beach Games and Head of the local production task force for Red Bull Air Race will discover the secrets of the trade which he adores.

Nova era digitalnog bankarstva - chatiraj se

New Era of Digital Banking - Chat Yourself

Digitaliziraj se ili... nema ili! Pessimist se žali na smjer vjetra, optimist očekuje da će se on promjeniti, a realist prilagođava jedra. Veliki izazov s kojim se bankarstvo danas suočava jest kako svoje poslovne modele prilagoditi promjenama i preferencijama potrošača koje diktiraju moderne tehnologije. Bankarska industrija mora si priznati kako se vremena mijenjaju i da mora postati jasnija, jednostavnija i izravnija, a ima li što praktičnije od plaćanja chatom? Ima li bolje nagrade od pristupa do više desetaka milijuna korisnika u CEE regiji? Addiko banka je prva u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Hrvatskoj te kao jedna od prvih u svijetu razvila plaćanja putem Vibera.

Ako želite sazнати kako razviti jedinstvenu uslugu plaćanja na jednoj od najpopularnijih komunikacijskih platformi, ovo je predavanje za vas.

Digitalization or... there is no or! The pessimist complains about the direction of the wind, the optimist expects it to change, while the realist adjusts the sails. The big challenge in banking today is to acknowledge the necessity to change its business models and align them with the customer preferences which are dictated by technological advancements. The banking industry must therefore strive to become more straightforward. And is there anything more straightforward than chat banking? Is there a better prize than an access to tens of million users in the CEE? Addiko is the first bank to launch a Viber based payment service in Bosnia and Herzegovina, Montenegro and Croatia.

If you want to learn how to develop a unique payment solution via one of the most popular communication platforms, this is the lecture for you.

prezenteri // presenters

Boris Kovaček


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



prezenteri // presenters

Addiko Bank**Srđan Novaković**


Addiko Group, direktor Digitalnog centra (Austrija)
Addiko Bank AG, Head of Group Digital Banking (Austria)

Momchil Elenkov


Viber, menadžer za globalna partnerstva s telekomima (Bugarska)
Viber, Global Telecom Partnerships Manager (Bulgaria)

Političko brendiranje uz pomoć medija - studija slučaja: Josip Broz Tito

Nasuprot uobičajenim predodžbama, Josip Broz Tito nije bio vođa i državnik koji se nametnuo vojničkim i političkim uspjesima, da bi njegov uspon zatim pratili i interpretirali masovni mediji. Naprotiv, on je svaku fazu svoje karijere promišljeno pripremao i oblikovao kao klasičnu promotivnu kampanju.

Political Branding via Media – Case Study: Josip Broz Tito

Contrary to customary images, Josip Broz Tito was not a leader and statesman who forced upon by military and political success, to have his rise followed and interpreted by mass media. Quite contrary, he spent every phase of his career prudently preparing and shaping a classic promotional campaign.

prezenteri // presenters

**Rino Cigui**

Centar za povijesna istraživanja Rovinj - Rovigno (Hrvatska)
Center for Historical Research Rovinj - Rovigno (Croatia)

**Denis Kuljiš**

Novinar i publicist (Hrvatska)
Journalist and Author (Croatia)

Uvidi u TV nove generacije

Next-Generation TV Insights

Kako data-driven pristupi ometaju TV oglašavanje

Iako se u našoj industriji sve mijenja, smrt televizije se još nije dogodila. Štoviše, vidimo porast ulaganja velikih europskih oglašivača u TV oglašavanje i usporavanje digitalnog display oglašavanja. Međutim, postoji par stvari koje bi TV mogao naučiti od digitala. Uostalom, općeniti, vrlo linearni pristup TV oglašavanju se nije promijenio desetljećima. AdScanner i njegovi partneri TV oglašavanju dovode data-driven pristupe koji su već postali standardni u digitalu. Digitalizacija TV-a koja je na visokom stupnju u regiji, potakla je pojavu sve više boljih i bržih podataka iz kućanstava koja koristimo za optimizaciju kampanja s krajnjim ciljem veće brzine, transparentnosti i kontrole TV oglašavanja.

How TV advertising is Being Disrupted by Data-Driven Approaches

Everything is changing in our industry but the death of TV continues not to happen. In fact, we see across Europe that top advertisers are increasing investments in TV again and slowing down on digital display advertising. Still, there are a few things that TV can and must learn from digital. After all, the general, very linear approach to TV advertising hasn't changed very much for decades. AdScanner and its partners bring data-driven approaches that are already standard in digital into TV advertising. The digitalization of TV, which in fact is very advanced in CEE has sparked the emergence of more data, better data, faster data from households which we can utilize to optimize campaigns and bring more speed, transparency and control to TV advertising.



MODERATOR:

Stanko Crnobrnja

Fakultet za medije i komunikacije - Univerzitet Singidunum, redovni profesor (Srbija)
Faculty of Media and Communications, Regular - University Singidunum, Professor (Serbia)

prezenteri // presenters



prezenteri // presenters

**Marin Ćuković**

Adscanner, direktor i osnivač (Austrija/Hrvatska)
Adscanner, CEO & Founder (Austria/Croatia)

Digitalno oglašavanje = Programmatic?

Digital Advertising = Programmatic Advertising?

U oglašivačkom ekosustavu programmatic je postao najpopularniji trend. Programmatic se pretvorio u novi standard digitalnog oglašavanja – to je činjenica koju oglašivači, ali i izdavači dobro znaju. Programmatic transformira model digitalnog oglašavanja te ga dokazano čini učinkovitijim, a promjene koje su nastale sa sadašnjim valom digitalne transformacije medija, ukazuju na to da će svi kanali uskoro biti udruženi u jednu platformu koja će uključivati programatsku televiziju, vanjske digitalne zaslone i pametne uređaje bazirane na principu IoT-ja (Internet of Things), uz dodatak digitalnim medijima.

In the advertising ecosystem, programmatic has become “the new black”. Programmatic buying has turned into a new standard of digital advertising, a fact that marketers as well as publishers are well aware of. It transforms the digital advertising model as it is proven to be more effective. The changes hinted at by the current media digital transformation indicate that all channels will be aggregated within a single platform, which will include programmatic TV, external digital displays and IoT-connected smart devices in addition to digital media.



MODERATOR:
Iva Šulentić
freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)

prezenteri // presenters



Simon Struna
Specijalist za programatski ekosustav, iPROM (Slovenija)
iPROM, Programmatic Ecosystem Specjalist (Slovenia)



Bizmatch.me: Networking i matchmaking tehnologije i trendovi u izložbenoj i event industriji

Bizmatch.me: Networking and matchmaking technologies and trends in Event & Exhibition industries

Ova panel-diskusija sa osnivačima aplikacije Bizmatch.me, Urošom Mlakarom i Jurem Poljšakom, ugostit će ključne ljudе u networkingu i business matchmakingu. Teme će pokriti tradicionalne načine i moderne trendove za efektivan networking i matchmaking za potencijalne poslovne partnerе na raznim oblicima evenata. Diskusije će pružiti korisne informacije sudionicima te im dati savjete kako najbolje iskoristiti odlazak na event, ali i koje tehnologije koristiti. Svi sudionici će moći testirati tu tehnologiju na Weekend Media Festivalu kroz mobilnu aplikaciju Bizmatch.me.

This panel discussion with Bizmatch.me app founders Uroš Mlakar and Jure Poljšak will host a guest profound in networking and business matchmaking. The topic will cover the traditional ways and modern trends for effective networking and efficient matchmaking of potential business partners on different types of events. The discussion will also provide useful information for listeners on how to make the most out of visiting an event and also present supporting technologies that can be used. All listeners will also get the chance to test and use such technologies right at the Weekend Media Festival through the free Bizmatch.me mobile application.

prezenteri // presenters



Uroš Mlakar
Bizmatch, suosnivač (Slovenija)
Bizmatch, Co-founder (Slovenia)



Jure Poljšak
Bizmatch, suosnivač (Slovenija)
Bizmatch, Co-founder (Slovenia)

Kako mobilna fotografija utječe na svijet medija

How Mobile Photography Changes Media Environment

Profesionalni fotografi nalaze se danas pred sve većim izazovom. Očekivanja u obradi fotografija zahtijevaju sve veći raspon vještina i znanja profesionalaca jer se od njih očekuje i visoka razina tehničkog umijeća i kreativnosti. Aleš Bravničar, poznati slovenski fotograf te jedan od 100 službenih Playboyjevih fotografa prikazat će svoj retrospektivni rad, objasniti napredak fotografске industrije i pokušati izbrisati granice između tradicionalnih fotoaparata i mobilnih uređaja. Ćiril Komotar poznati je slovenski vlogger čija gledanost doseže i po 50 tisuća pregleda u jednom danu. Njegovi su alati - četiri Huawei uređaja. Ako vas zanima kako mu to uspijeva, nemojte propustiti njegov vlog koji će se emitirati na pozornici.

Photographers of today are challenged as they never have been before. The imaging industry increasingly requires them to have a wide ranging skill set, combining technical proficiency and creativity. Aleš Bravničar, famous Slovenia photographer, also one of the 100 official Playboy photographer will show his retrospective work, explain the fast moving pace of the photography business today, blurring the borders between traditional cameras and smartphones and present his everyday workflow with the Huawei technologies. Ćiril Komotar is famous Slovenia vlogger, reaching 50.000 views in his daily vlogs. His tools are 4 Huawei devices. If you are interesting in how he is able to manage his succes do not miss his vlog to be presented on the stage.



prezenteri // presenters

**Aleš Bravničar**Fotograf (Slovenija)
Photographer (Slovenia)**Ćiril Komotar**vlogger (Slovenija)
Vlogger (Slovenia)

RTS Planet - Sektor za razvoj i nove poslove

RTS Planet – Department for Development and New Business Affairs

RTS je pokrenuo nove specijalizovane tv kanale: RTS Život, RTS Drama, RTS Muzika, RTS Poletarac, RTS Kolo, RTS Trezor sa ciljem da proširenom ponudom pokriju potrebe i zahteve gledaoca/korisnika iz zemlje i sveta. Tu je i nova platforma za distribuciju linearnih kanala i sadržaja na zahtev - RTS Planeta sa brojnim originalnim funkcionalnostima.

RTS has launched new specialized TV channels: RTS Život, RTS Drama, RTS Muzika, RTS Poletarac, RTS Kolo and RTS Trezor in order to expand their offer and meet the needs and demands of all viewers/users, locally and globally. There is also a new platform for linear channel distribution and on-demand content – RTS Planet with numerous original functionalities.



prezenteri // presenters

**Branislav Antović**RTS, Sektor za razvoj i nove poslove, izvršni direktor (Srbija)
Radio Television of Serbia, Executive director of Department for Development and New Business Affairs, Public service media (Serbia)



Jägermeister

YOUR JÄGERMEISTER.
YOUR STORY.

JÄGERMEISTER PRESENTS
“NASPAVAT ĆU SE SUTRA...”

Nipplepeople | Nik Orosi | Pill Jackson

23.00
PETAK
22. RUJNA

extra
extra
extra

party
party
party

Indoor kreativac

Indoor Creative

Izloženi smo raznim marketinškim porukama s dobrom idejom, a samo drukčije, posebno kreativno rješenje se pamti i ima učinka na ciljanu skupinu. Stoga i mi u B1 Plakatima već sedmu godinu za redom potičemo kreativne agencije kako bi za svoje klijente na jednostavnom mediju napravile što upečatljiviju i zapaženiju poruku.

Kreativno iskoristite sve prednosti B1 medija.

Nalaze se na mjestima gdje su određene ciljane skupine. Promotivna poruka može biti istovremeno i sadržaj koji imate vremena pročitati. Prodajno mjesto je u neposrednoj blizini oglašnog prostora i omogućuje brzu realizaciju komunicirane poruke! Potičemo naše klijente i kreativne agencije da prijave već realizirana uspješna kreativna rješenja, da ih prilagode B1 medijima ili da smisle sasvim nova.

Uži izbor prijavljenih radova po odabiru tema B1 Plakata prezentirat će se kroz izložbu na 10. Weekendu, gdje će svi sudionici festivala imati mogućnost izabrati svoje favorite i osvojiti savršen vikend po izboru.

Sve potrebne informacije možete naći na <http://b1-plakati.hr/indoor-kreativac-2017/>

Vaš B1 team

We are exposed to various marketing messages that have a clever idea, but only a different, special creative solution will be remembered and have the desired effect on the target audience. Which is why we at B1 plakati, for the seventh year in a row, encourage creative agencies to make a campaign more memorable and remarkable for their Clients.

Use all advantages of B1 media creatively

They are found in places where certain target audiences reside. The message can simultaneously be the content that you have the time to read. The point of sale is in the vicinity of the advertising space and enables a quick realization of the communicated message! We entice our Clients and creative agencies to apply already implemented successful creative solutions, and to adjust them to B1 media or come up with something completely new.

The shortlist of applied works according to B1 plakati subjects will be presented by an exhibition at the tenth Weekend Media Festival, where all festival participants will be able to choose their favorites and win a perfect weekend of their choice.

Find out more at <http://b1-plakati.hr/indoor-kreativac-2017/>

Your B1 team



Peti SoMo Borac donosi pet važnih promjena!

The Fifth SoMo Borac Brings Five Major Changes!

At the tenth Weekend, SoMo Borac, the most important digital award in the region, will debut its fresh look. There are so many news. Starting this year, applications will be charged to make SoMo Borac even better than before.

The SoMo jury has grown considerably and even more regional agencies are now included. The SoMo Tech category is now transformed into three categories: SoMo Tech, SoMo Web and SoMo App, and the SoMust Have category is now part of the SoMo Social category.

We didn't stop there, we also have a beautiful new website where you can get more detailed information about everything SoMo related, just visit www.somoborac.com.

Na desetom Weekendu, u novom će ruhu zasjeti i SoMo Borac, najvažnija regionalna digitalna nagrada. Novosti je puno. Od ove godine prijave se plaćaju, a s ciljem još boljeg i kvalitetnijeg SoMo Borca u budućnosti.

Žiri je jakaoooo narastao - u odabir najboljih uključen je još veći broj agencija iz cijele regije. Kategorija SoMo Tech pretvorila se u tri kategorije: SoMo Tech, SoMo Web i SoMo App, a kategorija SoMust Have sada je dio SoMo Social kategorije.

I uz sve to tu je novi super lijepi site, na kojem se možete detaljno informirati o svemu - doznajte više na www.somoborac.com.



MODERATOR:
Iva Šulentić
freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)



Lider na Weekend Media Festivalu

Lider at the Weekend Media Festival

Na baš svakom dosadašnjem Weekend Media Festivalu bio je i poslovni tjednik "Lider". Bit će i na desetom WMF-u, a kao i svake godine ne dolazi praznih ruku družiti se sa zaljubljenicima u kreativnu industriju. Već desetu godinu upravo se na WMF-u predstavlja "Liderovo" specijalno godišnje izdanie "Budućnost medija" sa svojim upečatljivim naslovnicama. Bilo ih je samozatajnih, agresivnih, ironičnih pa i probušenih, no svaka priča priču o tome kako kreativci iz domaćih agencija vide budućnost medija. Kako se mijenja medijska i komunikacijska scena na stranicama "Budućnosti medija", otkrivali su vrhunski domaći i inozemni profesionalci, rado viđeni gosti i domaćini WMF-a. Osim u "Liderovoj" grafičkoj radionici naslovnice izdanja "Budućnost medija" nastale su dosad u agencijama TBWA Zagreb, Bruketa&Žinić OM, Fahrenheit, BBDO, Señor, Švicarska, Utorka i Pink Moon, i na jubilarnom WMF-u zavrijedile su svoju izložbu.

Just like every year before, Lider will be present at this year's Weekend Media Festival. Since this is the tenth anniversary edition of the festival, the magazine will not be coming empty-handed to mingle with the creative industry enthusiasts. This year will mark Lider's special yearly edition „Future of The Media“ with its unforgettable covers. Some of the past covers were understated, some were ironic or even aggressive, some were pierced, but each one tells a tale of how agency creatives view the future of the media. Many leading domestic and foreign professionals – also Weekend guests and hosts - have showed us how the media and communication scene changed right in the „Future of The Media“ edition. Along with Lider's own graphic department, some of the contributors include agencies such as TBWA Zagreb, Bruketa&Žinić OM, Fahrenheit, BBDO, Señor, Švicarska, Utorka and Pink Moon, and visitors will be able to see all of them, right at the Weekend Media Festival.

Think Freedom: između danas i sutra

Think Freedom je sveobuhvatni projekt javne umjetnosti koji komunicira univerzalnu moć umjetnosti te šalje poruku iz srca Rovinja prema regiji, cijeloj Europi, Amerikama, svijetu. Projekt uključuje skulpture, instalacije, performanse, svjetlo, zvuk, film, književnu umjetnost te nove globalne komunikacijske tehnologije s ciljem propitivanja koncepta slobode u našem vremenu te uvjerenjem da su Sloboda i Umjetnost sestre sposobne osigurati međusobni opstanak. Edina Selščević, poznata kiparica rođena u New Yorku, spojila se sa mladim studentima kako bi stvorila urbanu spektakl i svojevrsno remek-djelo te ga podijelila sa gradovima domaćinima, istovremeno pružajući priliku za povezivanje diljem svijeta kroz umjetnost i njeno stvaranje.

Instalacija projekta Think Freedom sastavljena je od tisuća skulptura stvorenih u Sarajevu koji sada putuju po cijelom svijetu. Prvu fotografiju instalacije Think Freedom objavila je agencija Associated Press kao Svjetsku fotografiju dana, dok je veleposlanstvo Vatikana predstavilo jednu skulpturu projekta Think Freedom Njegovoj Svetosti papi Franji tijekom njegova posjeta Sarajevu.

Projekt trenutno putuje po preko 30 gradova diljem Europe, Azije, Sjeverne i Južne Amerike te Australije s jedinstvenim ciljem ujedinjenja koncepta slobode, novih ideja i suvremene umjetnosti, istovremeno označavajući svaki grad kao grad kulturne inovacije. Lokalni studenti umjetnosti i arhitekture surađuju sa projektним umjetnicima na dizajnu instalacija koje su izvorene za svaki grad. Učenici lokalnih srednjih škola pišu poruke i ideje na svaki element instalacije i time se udružuju sa porukama učenika iz prijašnjih gradova te tako i putuju sa projektom. Ovo petogodišnje putovanje prikupiti će preko 10.000 poruka mlađih ljudi, a preko 600 voditelja zajednica će pitati za ideje i savjete, dok će istovremeno projekt vidjeti preko 30.000.000 ljudi od sarajevske Vijećnice do njujorškog nebodera Daag Hammerskjold Plaza. A što vama znači sloboda?

Think Freedom is a comprehensive public art project communicating the universal power of art and sending a message freedom from the heart of Rovinj to the region, all of Europe, the America's, and the World. It incorporates sculpture, installation, performance, light, sound, film, the art of literary word, and new global communication technologies in order to examine the concept of Freedom in our time, certain that Freedom and Art are sisters able to ensure the survival of one another. A renown Bosnian born New York sculptor, Edina Seleskovic joins hands with young students in order to create an urban spectacle and a masterpiece and share it with host cities providing an opportunity to connect globally through art creation.

Installation of the project Think Freedom composed of thousands of sculptures, originated in Sarajevo and that is now traveling globally. Associated Press published the first photograph of Think Freedom installation as the Global Image of the Day and Vatican Embassy presented single Think Freedom sculpture to His Holiness pope Francis during his visit to Sarajevo.

Project is now traveling to over 30 cities in Europe, Asia, Americas, and Australia with a unique goal of uniting the concept of freedom, new ideas and contemporary art, while branding each city as the city of cultural innovation. Local students of architecture and art collaborate with project artist on designing the installation authentic to each city. Local high school students write their messages and ideas transcribed on each element of the installation uniting them with the messages of students from all prior host cities and travelling on with the project. On this five-year long journey over 10 000 messages of young people will be gathered, asking over 600 community leaders their ideas and guidance, and reaching over 30 000 000 audience members...from Sarajevo City Hall to Daag Hammerskjold Plaza in New York: What does Freedom mean to you?

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

BalCannes - Tko su najbolje agencije u regiji?

BalCannes – Which Are the Best Agencies in the Region?

Žiri od 25 predstavnika klijenata, agencija i novinara koji prate struku odabrao je 25 najboljih regionalnih projekata koji će biti predstavljeni na ovogodišnjoj reviji. Najbolje agencije među njima sa sobom će kući ponijeti posebnu nagradu – BalCanneskog lava, a ove godine bit će dodijeljeno njih sedam!

HURA i Weekend Media Festival pozivaju vas da posjetite reviju, saznate tko su najbolje regionalne agencije te pritom pogledate njihove sjajne projekte. Više na: www.balcannes.com.

A jury made up of 25 client, agency and media representatives, all very renowned in this profession, has picked the top 25 regional projects which will be presented at this years' revue. The best agencies will bring home a total of seven BalCannes lions!

HURA and Weekend Media Festival invite you to visit the revue, find out all about the best regional agencies and check out their amazing projects. More at: www.balcannes.com.



MODERATOR:
Iva Šulentić
freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)

SUBOTA / 17.45 - 18.00 / DVORANA NORDICS EXPOSED // SATURDAY / 5.45pm - 6pm / NORDICS EXPOSED STAGE

MediaNet predstavlja istraživanje: Tko je najpopularniji, a tko najbolji novinar

MediaNet Presents: Who is the Most Popular, and Who is the Best Journalist

Agencija za mjerjenje učinaka komunikacije koja je nedavno proslavila 20 godina poslovanja, MediaNet će ove godine četvrti put predstaviti rezultate istraživanja stavova i mišljenja opće javnosti i struke odnosa s javnošću – Tko je najpopularniji, a tko najbolji novinar. Cilj istraživanja je pokazati novinarima kako ih doživljavaju obični građani i stručnjaci za komuniciranje te odnose s javnošću, ali i popularizirati novinarsku struku, kao i navesti obične ljudi i PR stručnjake da više pažnje obrete na autore koji stoje iza pojedinih novinskih i medijskih priča. Anketni upitnici u ovom istraživanju percepcije i mišljenja imaju otvorena pitanja. Svaki ispitanik ima priliku navesti tri novinara iz kategorija tiska, radio, televizije i internetskih portala. U kategoriju najnovinara uči će oni koje su izabrali stručnjaci za odnose s javnošću, a u kategoriju najpopularnijeg oni koje su izabrali obični građani. MediaNet popularnost hrvatskih novinara ispituje metodom telefonske ankete na reprezentativnom uzorku od tisuću ispitanika, građana Republike Hrvatske. Istraživanje struke provedeno je u sektoru odnosa s javnošću i korporativnih komunikacija najvećih hrvatskih organizacija te među članovima Hrvatske udruge za odnose s javnošću, studentima i profesorima odnosa s javnošću i novinarstva hrvatskih sveučilišta. U sklopu istraživanja za najpopularnijeg novinara MediaNet će predstaviti i rezultate istraživanja konzumacije medija i istraživanje o stanju struke odnosa s javnošću.

MediaNet, the agency that studies communication effects, has recently celebrated its 20th birthday, and will, for the fourth time, present the results of attitudes and opinions of the public and the PR profession – Who Is the Most Popular, and Who Is the Best Journalist. The goal of this research is to show journalists how they are perceived by regular people as well as communication and PR experts, but also to popularize journalism, entice common people and PR experts to pay more attention to authors of certain journalistic and media stories. The questionnaires, in this perception and opinion research project, will have open questions. Every participant will have a chance to name three journalists from the following categories: print, radio, TV and Internet portals. The title of Best Journalist will be the ones picked by the PR expert jury, and the Most Popular Journalist will be the ones picked by the regular audience. MediaNet will test the popularity of Croatian journalists by a telephone survey method on a representative sample of one thousand citizens. The professional research part was conducted in the public affairs sector and corporate communications with some of the largest Croatian organizations as well as the members of the Croatian Association of Public Relations, students, Public Relations and Journalism professors from Croatian universities. As part of the research for the Most Popular Journalist, MediaNet will present the results of the Media Consumption and State of Public Affairs researches as well.

MODERATOR:
Iva Šulentić
freelance/HRT (Hrvatska)
Freelance/HRT (Croatia)

party, party, party



ČETVRTAK 21.9.2017. // THURSDAY 9/21/2017

21.00 // 9pm Weekend Welcome Disco Party Pepermint klub

PETAK 22.9.2017. // FRIDAY 9/22/2017

17.30 // 6.30pm Nordics Exposed Coctail Party Pepermint klub
21.00 // 9pm Lampshade Media predstavlja Sajsi MC Pepermint klub
23.00 // 11pm Jägermeister predstavlja 'Naspavat ču se sutra' feat. Dvorana Vrt
Nipplepeople, Nik Orosi i Pill Jackson
00.00 // 0am Tomo in der Muhlen, Tomo Ricov & Peppe Pepermint klub

SUBOTA 23.9.2017. // SATURDAY 9/23/2017

18.00 // 6pm Weekend rođendanska torta (logo Podravka) Pepermint klub
23.00 // 11pm Neno Belan i Fiumens sviraju Đavole! Dvorana Vrt
00.00 // 00am Ozren Kanceljak + Weekend All Stars Back2Back Set Pepermint klub



NOVI CITROËN C3 JEDINSTVEN. BAŠ POPUT VAS.

ConnectedCAM Citroën™
36 kombinacija personalizacije
Citroën Advanced Comfort



[f](#) [g](#) [y](#) [t](#) [www.citroen.hr](#)

INSPIRED BY YOU

CITROËN preporučuje TOTAL. Slika automobile je simbolična. Mješovita potrošnja (l/100km) od 3,2 do 4,7, emisija CO₂ (g/km) od 83 do 109.

DESETI

WEEKEND

WEEKEND WELCOME DISCO PARTY

ČETVRTAK 21.9. // 21h
PEPERMINT KLUB



DESETI

WEEKEND

NENO BELAN & FIUMENS SVIRAJU ĐAVOLE

SUBOTA 23.9. // 23h // DVORANA VRT



**PROGRAM JE
ZA NADOBUDNE,
EKIPA JE NA
PIPI ŠANKU.**

#BOLIME Pipi



HUAWEI P10 | P10 Plus

U SURADNJI S  Leica

Savršenstvo portreta

#Perfect10



RECOGNIZE THE ARTIST?



"Garbage patch" – a floating oceanic island made out of litter, mostly plastic. It can distribute toxic chemicals throughout the oceans, snag and tear corals, harm and even kill animals.
Cost: \$13 billion (a year)
Artist: You.
*This is not a painting. This is a real picture.
adria.panda.org

Volim putovati! I love to travel!

Lagano do željenog odredišta!
Easy to your desired destination!

Odaberite Croatia Airlines za svoja poslovna i privatna putovanja!
Choose Croatia Airlines for your business and leisure travels!

Posjetite našu web stranicu, pogledajte ponude i kupite kartu.
Visit our website, check our offers and buy your ticket.



072 500 505

+385 1 6676 555 m.croatiaairlines.com

croatiaairlines.com

A STAR ALLIANCE MEMBER

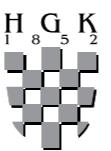
CROATIA AIRLINES

My airline.

Kako ti čitaš?

BUDIMO KR(O/E)ATIVNI!

#kupujmohrvatsko



HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA
CROATIAN CHAMBER OF ECONOMY

idmmusic
INTELLIGENT DIGITAL MEDIA & MUSIC

idmmusic.com



IGEPA group

www.igepla-plana.hr

PAPER KEEPS THE
BEST STORIES!

dolcela®

Sladak i sretan 10. rođendan!



PODRAVKA

ROBA MERCH ANDISE

DESETI

WEEKEND

OFFICIAL
MERCANDISE

roba@roba.com.hr

Vukoman d.o.o.

Šenoina 16 , Pula

+385 (0)52 506 777

+385 (0)99 861 7278

Photo credits: Dan Medhurst

Nije iluzija



T 01 600 8888 / printstudio.hr

Print Studio

Digitalni tisk i izrada reklama



www.eldra.hr

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

#eventsascorebusiness

fakat.eu

ENTRIO

Event technology solutions

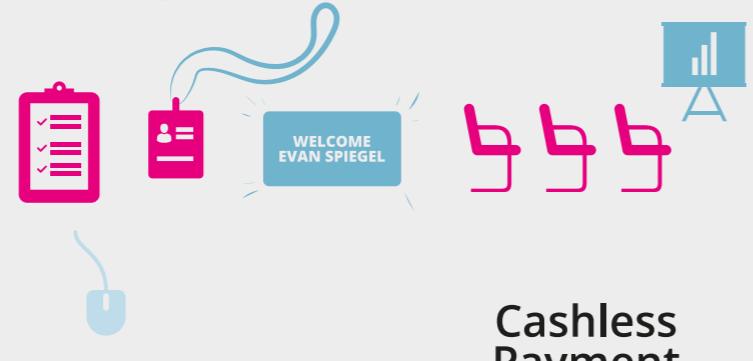


Event Ticketing

From concept to ticket sales in 5 minutes. Branded webshop. Distribute tickets online and through physical outlets. Control and analyse sales from your mobile phone. Free Android scanning app. Easiest and most flexible self-service platform for modern ticket sales.

Conference Registration

Customize attendee application forms. Collect registration fees with cards and bank payments. Automatic billing and invoicing. Instant-print nametags. Dynamic welcome screens onsite. Premium customer support.



Cashless Payment

The only network-independent, 100% reliable and 100% mobile cashless payment solution, powered by Glownet. Increase your sales revenues by 50%, remove queues, prevent operator theft, increase spending and bring your visitor's event experience - to the next level.

www.entrio.hr info@entrio.hr

↓ Entrio's little sister ↓



Event Activation Solutions

- Innovative photo activations
- Bring your brand closer to your visitors
- Take advantage of your visitors' social media potential



PHOTO
KIOSK



REVOLUTIONARY
3-D ACTIVATION



MEASURABLE ON-SITE
MARKETING

TRY THE NEW WAY
OF BRAND ACTIVATION!
www.snaptap.it info@snaptap.it

YOUR PLACE TO
STAY IN BELGRADE
FOR PEOPLE WHO ARE TRAVELLING FOR SUCCESS



CROWNE PLAZA BELGRADE HOTEL

WE HAVE COMBINED FOR YOU BEST
FACILITIES WITH GREAT SERVICE

+ 381 (0) 11 2204 004 | Vladimira Popovica 10, 11070 Belgrade, Serbia | WWW.CROWNEPLAZA.COM



CROWNE PLAZA®
BELGRADE



LAMP SHADE
MEDIA

PREDSTAVLJA

SAJSI MC

22.09.2017

23H

POWERED BY
honor FOR THE BRAVE

404

je napravio
Weekend Media Festival
mobilnu aplikaciju

Preuzmite Weekend app na App Storeu i Google Playu

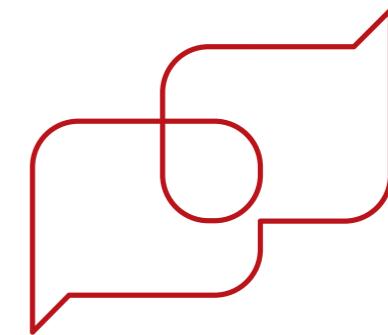


Profesionalci za usavršavanje

HOWtoWOW akademija serija je specijaliziranih jednodnevnih radionica posebno prilagođenih industriji tržišnih komunikacija. Stručni međunarodni predavači, aktualne teme, vrhunska kvaliteta i interaktivni pristup – sve to privlači polaznike podjednako iz redova agencija i klijenata. Težite li profesionalnom usavršavanju i razvoju, pridružite nam se i postanite jedan od WOW akademaca. Čekaju vas brojna praktična iskustva i znanja, upoznavanje i povezivanje s kolegama, a možda vam otkrijemo i tajnu postizanja WOW efekta u poslovanju!

hura.hr/howtowow

hura!



HRVATSKA UDRUGA ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

www.huoj.hr

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, ...



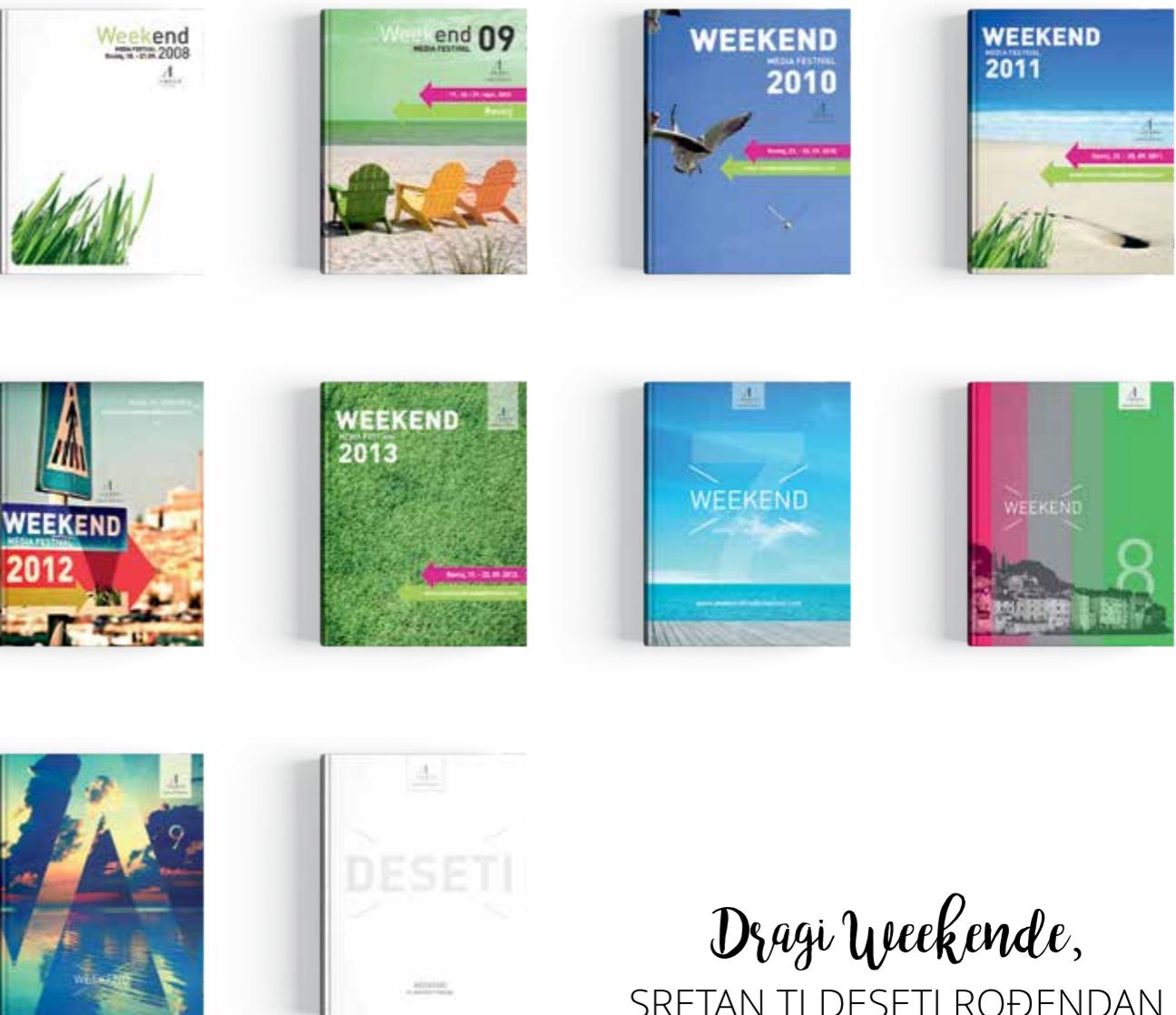
PIXSELL. SVE ŠTO TREBA VIDJETI.
WWW.PIXSELL.HR

Registrirajte se na 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
00385 (0) 160 69 941

INFO DESK
info@pixsell.hr
00385 (0) 165 00 948

DOGAĐANJA
najave@pixsell.hr
00385 (0) 160 69 477



Dragi Weekende,
SRETAN TI DESETI ROĐENDAN

Bilo je suza, bilo je smijeha, bilo sreće, tuge i veselja.
Bilo je neprospavanih noći kada smo radili, bilo je neprospavanih noći
kada smo tulumarili. Bili smo i umorni i ljuti i bijesni,
a bili smo i odmorni, smireni i sretni.

Najvažnije od svega - ne bi mijenjali niti jednu jedinu sitnicu.

Dragi naš desetogodišnjače,
čast nam je "crtati" za Tebe sve ove godine!

Pusa, Tvoj 

D DEMODE

presscut

**PRATI SVAKI
WEEKEND**

VEĆ 10. GODINU ZAREDOM!

**Skini PRESSCUT
MOBILE i prati
sve vijesti s
#weekend2017!**



**jasno&
glasno**

Full service digitalna agencija

jasnoiglasno.com



U goodie bagu
pronadi nextbike
poklon bon
u vrijednosti 79kn za besplatnu
vožnju nextbike biciklima u
15 gradova u Hrvatskoj i čak
140 gradova u svijetu!

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

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

call centar 01 777 6534

info@nextbike.hr

www.nextbike.hr

nextbike Croatia

mediana

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@medianagroup.net

NOVA TV: PREDVODNIK NOVIH TEHNOLOGIJA

HbbTV

(HYBRID BROADCAST BROADBAND TV)

PRITISNITE
CRVENI GUMB
I KRENITE U
INTERAKTIVNI SVIJET
NOVE TV

HBBTV

KAD CRVENO OZNAČAVA POČETAK

 nova

saznajte više na novatv.hr



PON-ČET 22:15



DIREKT

Od rujna 2017. godine!

nove
boje
jeseni



Ono što pamtimo.
Ono što volimo.

hrt.hr
hrti.hrt.hr



**Svaka priča
ima ljudsku
stranu koja
zaslužuje
da se kaže.**

Prvi regionalni informativni kanal



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

KLASIKtv

klasiktv.com
[f klasiktv](#)

NACIONALNA GLAZBENA TELEVIZIJA



#pustimedagledam



100 TV KANALA / 10 000 FILMOVA SVAKOG MESECA ZA SAMO 200 DINARA NEDELJNO



U KOM SI TI FILMU?

PRVA ONLINE TV PLATFORMA U REGIONU

Pink **klikTV**

moja



PRVA
TELEVIZIJA

ZA VIŠE INFO:
KLIKTV.RS ILI CALL CENTAR +381 11 44 33 444



POP TV PROUDLY PRESENTS

When photographer Irena finds herself in the midst of a forest fire, only firefighter Rok is there to help. This is how the main couple of the new Slovenian original series, River of Love, meets. However, their path will be far from easy, as life is full of different intrigues. Who is planting the fires? Who are the mysterious visitors from the city? And when will the village of Krka host its first wedding in several years? All this and more in River of Love.

pop

**RIVER
OF LOVE**

Reka ljubezni



**VAŠ DAN JE NAŠ DAN.
IN PIKA.**

Magazinska oddaja
VSAK DAN 17.00

 **planet**

dan. 

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

Znam gdje sam!

BHRT

RADIO-TELEVIZIJA BOSNE I HERCEGOVINE
РАДИО-ТЕЛЕВИЗИЈА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ
RADIO AND TELEVISION OF BOSNIA AND HERZEGOVINA



BHRT
ZA SVE

HAYAT

GLEDAJ
HAYAT





ГОДИНА ЗАЈЕДНО

www.atvbl.com

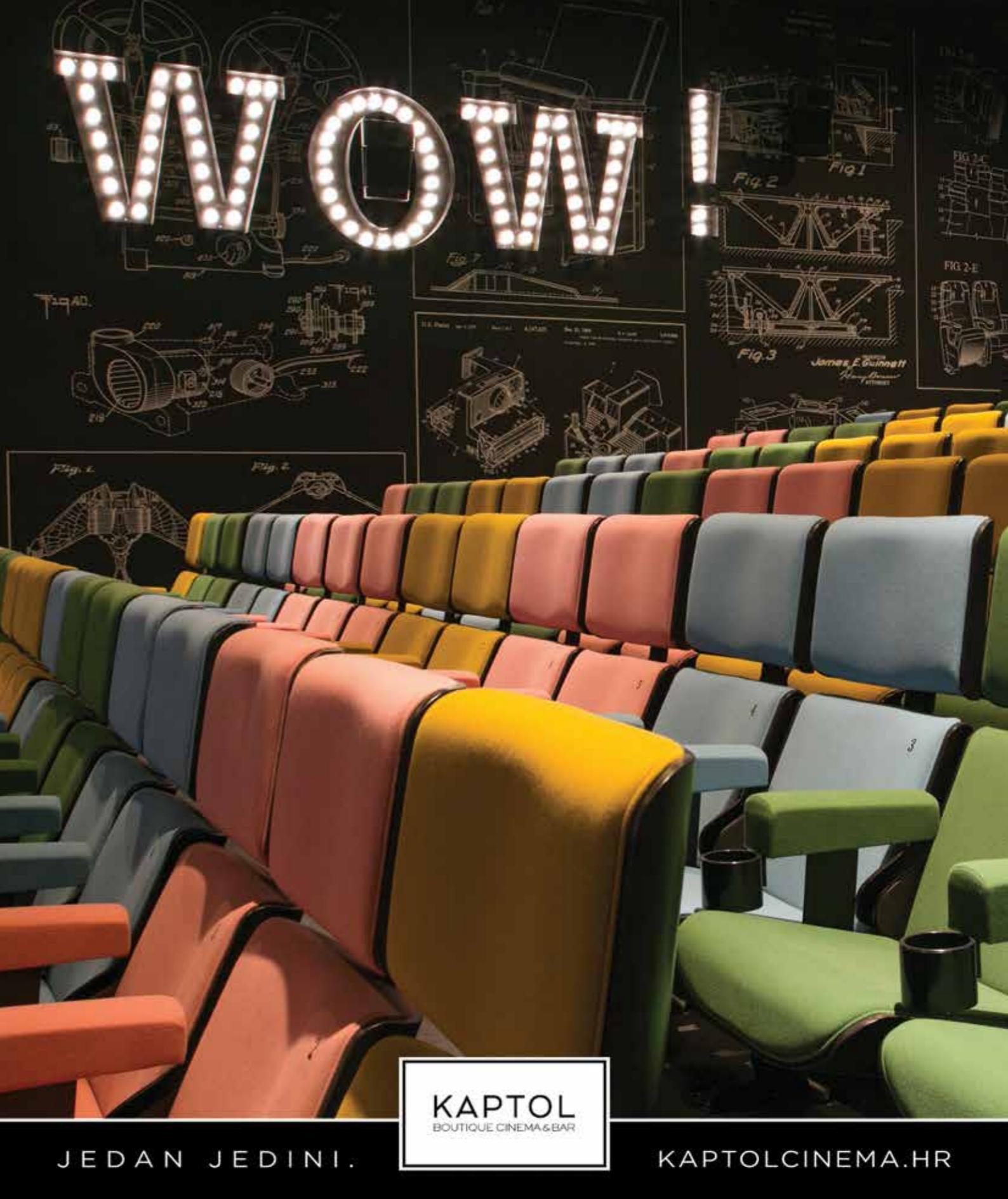
PINK BH



Радио Телевизија Републике Српске



Парно Тендернија Пенџбинке Спирке



JEDAN JEDINI.

KAPTON
BOUTIQUE CINEMA & BAR

KAPTOLCINEMA.HR

NAJVEĆA WEB PUBLIKA



VIŠE OD
1.500.000
ČITATELJA



Express

auto start



40.000.000
VIDEO PREGLEDA MJESEČNO
1.200.000
FACEBOOK FANOVA

Izvori: gemiusRating 2017/08; Facebook, YouTube 2017/08

B1
ČESTITAMO!
**VI STE 1 OD
1.000.000**

LJUDI KOJI SU DANAS UOČILI PORUKU
NA OGLASNIM POVRŠINAMA B1 MEDIJA!

- PACIJENT, MARKO,
KOJI VEĆ 50 MINUTA U **DOMU ZDRAVLJA**
ČEKA SVOG DOKTORA:
KAKO DA SE RIJEŠIM
OVE UŽASNE GRLOBOLJE?

- VLASNICA PSA, DINKA,
KOJA VEĆ 21 MINUTU ĆEKA
U **VETERINARSKOJ STANICI**:
KAKO DA SVOJU OLIVU
NAJBOLJE ZAŠTITIM OD
OVIH VRAŽJIH KRPELJA?

- TURISTI, JOHN I KATE,
KOJI SE CUELI DAN PRŽE
NA **PLAZI** ZRČU:
WHICH BEER SHOULD
WE TRY IN CROATIA?

- STUDENT EKONOMIJE, LUKA,
KOJI PROVODI CUELI DAN NA **FAKULTETU**
I U RESTORANU STUDENSKOG CENTRA:
OPET SAM ISPUCAO SVOJ LIMIT!
KOJI OPERATORIMA POUZDANIJI
INTERNET PAKET?

- KUPAC U **LJEKARNI**, MATE,
KOJI ĆEKA 5 MINUTA U REDU:
AJME, ŠTO ME UBLA GLAVA!
KOJI LJEK DA KUPIM?

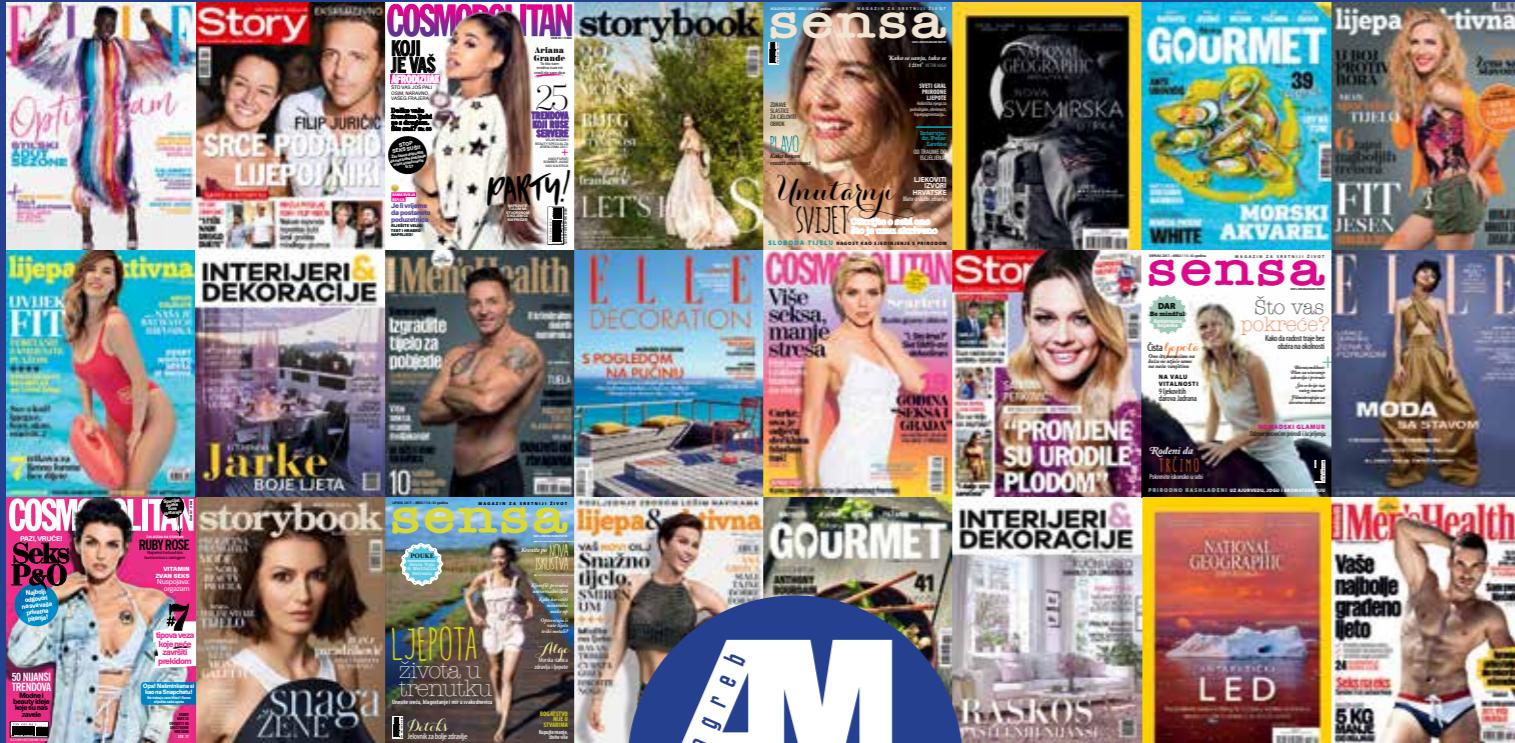
- UČENIK PERICA,
KOJI PROVODI DO 60
MINUTA U **HODNIKU**
ŠKOLE DNEVNO:

KOJU ŠKOLU STRANIH
JEZIKA DA UPISEM?

- ZAPOSLENA ŽENA, IVANA,
KOJA SE, NAKON POSLA, 20 MINUTA
VOZI **TRAMVAJEM** I RAZMIŠLJA
O KREDITU:
KOJA BANKAIMA NAJPOVOLJNIJU
KAMATNU STOPU?

- DIREKTOR PRODAJE, HRVOJE,
KOJI SVAKI DAN BAREM 8 PUTA KORISTI
LIFT U SVOJOJ **POSLOVNOJ ZGRADI**:

KAKO DA POVEĆAM PRODAJU
U IV KVARTALU I LIHVATIM BONUS?



mi kreiramo sadržaj



Story[®]

ELLE.HR

COSMOPOLITAN.HR

sensa_{klub}

vjenčanja.HR

kuhaj@hr

www.Men'sHealth.hr

STORY SUPERCAFFE • STORY FEST • STORYBOOK SALON • COSMOPOLITAN - JA SAM VIŠE OD SELFIJA
• STORY GREEN • STORY HALL OF FAME • ELLE FASHION FILM FESTIVAL • SENSA DAN • ELLE FOTO
FASHION TALENT • STORY UTRKA NA ŠTIKLAMA • NATIONAL GEOGRAPHIC FOTO NATJEČAJ • STORY
GOURMET KULINARSKE RADIONICE • ELLE STYLE AWARDS • COSMOPOLITAN BEAUTY AWARDS



Jutarnjilist

Jutarnjilist

MEDIJSKI POKROVITELJ

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Jutarnjilist

Večernji list
vam daruje

NE PROPUSTITE

U SVAKOM TJEDNU NAGRADU VRIJEDNU!



www.vecernji.hr

PRETPLATITE SE
na najopsežnije poslovne vijesti u zemlji!

PRINT



~~12 mjeseci 2500 kn*~~

samo za Vas ~~1260 kn*~~

- ✓ besplatna dostava
- ✓ bez ugovorne obaveze

UŠTEDA
30%

WEB

~~12 mjeseci 1200 kn*~~

samo za Vas ~~720 kn*~~



PAKET PRINT + WEB



12 mjeseci **samo za 1380 kn***

Više informacija na:
01 6431 700
preplata@poslovni.hr

*PDV uključen u cijenu

NARUDŽBENICA

IME TVTKE

IME I PREZIME

TEL: MOB: E-MAIL:

ULICA I KBR.

MJESTO I POŠTANSKI BROJ

ŽELIM PRIMATI RAČUN PUTEM E-MAILA

PRETPLATITE SE NA
POSLOVNI DNEVNIK

ODABERITE

12 MJESECI/1260 KN

3 MJESECA/378 KN

e izdanje - **12 mjeseci**/531 KN

*PDV uključen u cijenu

Adresa: Oreškovićeva 6H/1, 10010 Zagreb

NOVI LIST

www.novilist.hr



..ату ку ёсhtë lajmi!
..таму каде што е веста!
..there where the news is!

www.alsat-m.tv



LIDER ■

Informacijama
dajemo poslovno
značenje.

lider.media



Svježa doza biznisa.

BIZdirekt
PRVI BESPLATNI REGIONALNI POSLOVNI ČASOPIS

Čitaj online

issuu.com/jatrgovac

Ja TRGOVAC



#1

IZVOR INFORMACIJA
S PODRUČJA
MALOPRODAJE
I INDUSTRIJE
ROBE ŠIROKE
POTROŠNJE

adria
media
group

NAJVEĆA MEDIJSKA
KUĆA NA ZAPADNOM BALKANU

PRINT / WEB / WEB VIDEO / TV

Kurir **ESPRESSO** **COSMOPOLITAN** **ELLE** **MensHealth** **sensa** **NATIONAL GEOGRAPHIC SRBIJA** **Lepa & Srećna**

• Kurir.rs • Espresso.rs • Glossy.rs • Stil.kurir.rs • Elle.rs • Cosmopolitan.rs • Nationalgeographic.rs
• Lovesensa.rs • Stvarukusa.rs • Lepaisrecna.rs • Menshealth.rs • Hangar.rs • Adriamedia.tv

• Talija by Luna Loo • Glossy lično • Espresso tviter
• Espresso helijum • Kurir sport vesti • Kurir vesti



HELLO!

NAJČITANIJI
SVETSKI
MAGAZIN O
POZNATIMA

www.helломагазин.rs

facebook.com/helломагазин.rs

@helломагазинсрбија

@magazinhello

NAJTIRAŽNIJI I NAJUTJECAJNIJI PRINTANI MEDIJ U BIH

JET SET

Magazin "Azra" | Milan Pavlović:
Samački život mi odgovara

VIJESTI



Aktivno nekoliko požara u BiH,
helikopteri OS u Dretelju i Bileći



SBB: Najnoviji podaci CIA-e
uhvatili Izetbeg



Srebrenica: Od
će otkupljen



Danas u "Dnevni
čitajte - Nadljud
svaku kuću

avaz WEB

One stop shop
Oslobodenje servisi

Medijska rješenja na različitim platformama

Integrirana oglasna rješenja za dnevnu novinu,
web, magazin i društvene mreže.

✓ Projekti ✓ Eventi ✓ Preplata

Kontakt:
marketing@oslobodenjeservisi.ba,
prodaja@oslobodenjeservisi.ba

OSLOBODENJE **DANI** **oslobodenje.ba** **sport7** **OSLOBODENJE SERVISI**

...i nakon 20 godina

...i
daije
me
pališ

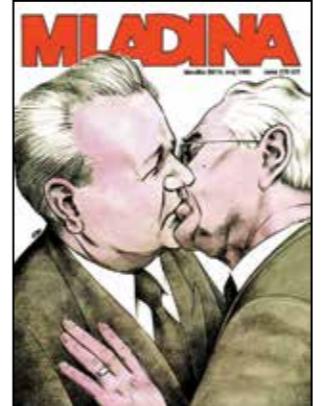
NEZAVISNE
novine

Braće Pišteljića 1, BANJA LUKA,
marketing: +387 51 331-864,
email: marketing@nezavisne.com

www.nezavisne.com



publicis



NON - READERS



READERS



MARKETINGMAGAZIN.EU • MARKETINGMAGAZIN.SI

MM /
MARKETING
MAGAZIN



93,6 FM
104,5 FM
Laganini

www.soundset.hr

www.mladina.si



NARODNI Radio koji te sluša najbolja domaća glazba najslušaniji radio u Hrvatskoj već dvadeset godina broj jedan u Hrvatskoj s više od milijun slušatelja na tjedan	ANTENA ZAGREB Najbolji glazbeni miks radio koji je pokrenuo revoluciju u hrvatskom eteru kao prvi formatirani radio 2008. najslušaniji radio u Zagrebu i Zagrebačkoj županiji prvi regionalni radio po slušanosti u državi – pet županija oko grada Zagreba	RADIO DALMACIJA Najbolja glazba najslušaniji radio u Dalmaciji i četvrti radio u Hrvatskoj najutjecajniji radio u Dalmaciji već 21 godinu regionalna koncesija, pokriva cijelu Dalmaciju od Prevlake do Sv. Roka	ENTER ZAGREB #samojako #samohitovi prvi u Hrvatskoj pušta najnovije hitove svjetske elektroničke scene – najviše 30 minuta otkad su pušteni prvi radio u Hrvatskoj koji sa slušateljima komunicira od 0 do 24 sata: eter, aplikacija, web, Snapchat, Twitter, Instagram, Facebook, Whatsapp	GOLD FM Good Old Times! najnoviji radijski projekt u RH, od siječnja 2016. prvi 'oldies' radio u RH Good Old TIMES - legendarni hitovi 50-ih, 60-ih i 70-ih godina	media servis MEDIA SERVIS Agencija specijalizirana za proizvodnju radijskog informativnog programa Vijesti prenose svi relevantni mediji u RH (TV, web, radio) najveći doseg od svih elektroničkih medija u Hrvatskoj - približno dva milijuna slušatelja na tjedan!	prvi.hr PRVI.HR Internetski portal koji se cjelokupnim sadržajem obraća široj javnosti Portal www.prvi. hr objavljuje vijesti vlastite proizvodnje i vijesti nastale u suradnji s radijskim postajama Antena Zagreb, Narodni radio, Gold FM i Enter Zagreb te Media servis.
--	--	--	--	---	--	--

Želite konzultanta i prijatelja koji zna sve o oglašavanju? To je All market media!

Avenija Većeslava Holjevca 29, 10 020 Zagreb; Telefon: +385 1 6690 610; E-adresa: prodaja@allmarketmedia.hr



www.otvorenihr

102|5
YAMMAT | FM
201|6



TVOJ WEEKEND RADIO!

88.5 | 90.7 | 94.8 MHz

www.rovinj.fm

maestral
95.4FM

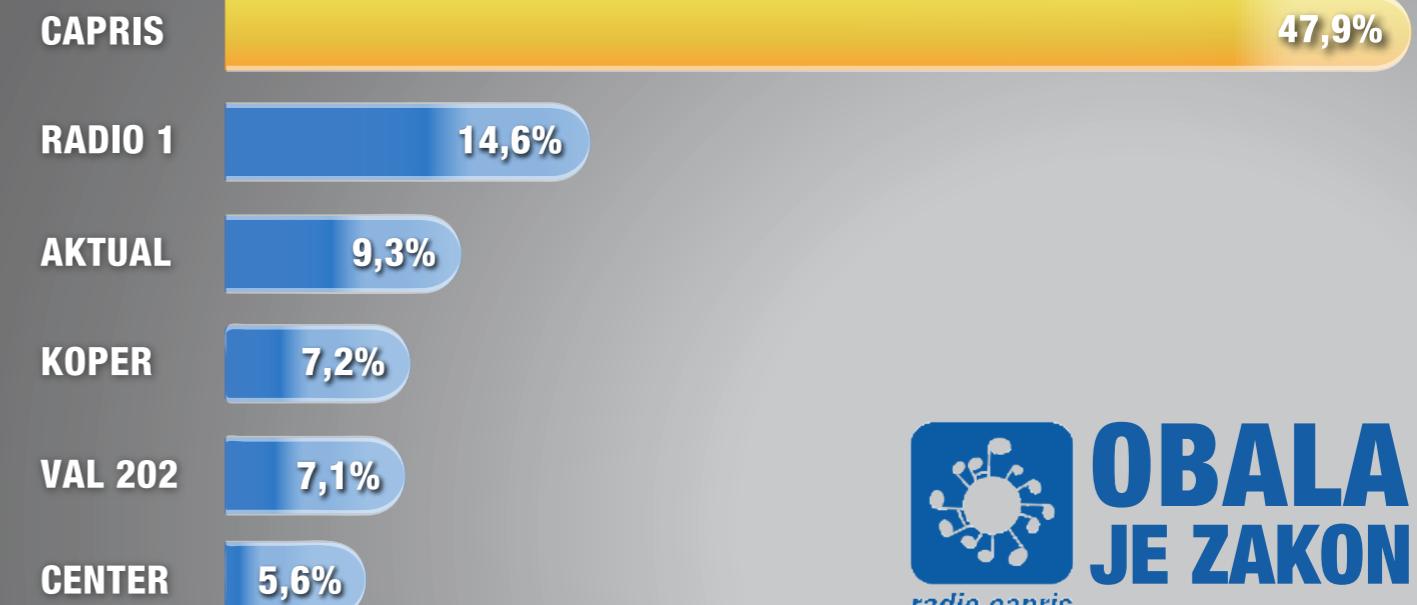
Slušajte nas i putem
live streama na našem portalu

radio-maestral.hr

Marketing · tel. 052 380 706, fax 052 637 741
SMS 0 954 954 954 · Redakcija 052 393 306 · on air 052 393 305
e-mail: marketing@radio-maestral.hr

www.radiocapris.si

NAJSLUŠANIJI U SLOVENSKOJ ISTRI!



OBALA
JE ZAKON

TAILOR-MADE BRANDING RADIO

RADIO SKROJEN SAMO ZA VAS

Koncept branding radija zadovoljava individualne potrebe klijenta na osnovu image-a i glazbenog stila. Osigurava prepoznavanje i izgradnju vlastitog branda, kontrolu promocije te vlastitu produkciju reklamnog programa.

JBX platforma razvijena je na tehnologiji "smart cachinga" koja omogućava bespriječoran rad na nestabilnim i lošim internet vezama kako bi u potpunosti mogli isporučiti uslugu vodenu sloganom "Always play / Never stop"



ČEKAMO TE
099 274 9802
info@jukebox.hr
www.jukebox.hr



HOTELI

Odgоварajuća glazba u hotelskim prostorima imati će izravan utjecaj na stvaranje željene atmosfere koja će ponuditi dodatno iskustvo vašim gostima.

UGOSTITELJSKI OBJEKTI

Tradicionalna konoba, moderan bar ili veliki ugostiteljski restoran. Odabir glazbe jednako je važan kao i izbor pića, jela ili interijer.

FITNESS/WELLNESS/SPA

Pravilan odabir glazbe u dvorani za vježbanje ili prostoru za relaksaciju važan je kao i dobra opremljenost vašeg centra.

POSLOVNI PROSTORI

Glazbom se može utjecati na percepciju kupca o vremenu provedenom u trgovini, na raspoloženje i namjeru kupnje, te učinkovitost prodaje.

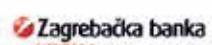
U SRCU SLOVENIJE 62.000 slušatelja!



www.radiohit.si



Specijalizirana agencija za radio oglašavanje u Sloveniji.



Zavod za razvoj neodvisnega radia
www.znr.si



MUZIKA
KOJU
NAJVIŠE
VOLITE

www.rsg.ba

SAMO NAJVEĆI HITOVI

antena
sarajevo

90,9 fm

www.antena.ba

Antenna 5
RADIO NETWORK
MACEDONIA

www.antenna5.mk

tportal.hr
Mjerilo za bitno.



Posljednji neovisni hrvatski medij

Najbolji brand u Hrvatskoj
u kategoriji online medija, prema istraživanju Reuters



Superbrand Exclusive
prema istraživanju Superbrands



Najposjećeniji hrvatski portal
istraživanje Alexa.com



Najkvalitetniji hrvatski portal
zlatna medalja za kvalitetu, švicarsko istraživanje Qudal



News portal s najviše otvaranja stranica
istraživanje DotMetrics



Više od 5 milijuna otvaranja stranica dnevno
istraživanje Google Analytics



Više od 700,000 jedinstvenih posjeta dnevno
istraživanje Google Analytics



Više od milijun lajkova na Facebooku
Index.hr, Lajk.hr, Index Vijesti...



Priznanje Miko Tripalo za doprinos demokraciji



MJESTO ZA PODUZETNIKE I SVE
KOJI IH TREBAJU.



pogledaj www.ecroatia.info

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

info@mojtv.hr



TELEGRAM
MEDIA GRUPA



>net.hr

TELEGRAM

ŽenAnet.

TELESPORT

D

ultrafit
BY RENATA SOPEK

#1 DIGITAL MEDIA STARTUP



Saznaj više
www.klix.ba



organizatori // organizers

DIREKTOR FESTIVALA/ FESTIVAL DIRECTOR:

Tomislav Ricov
tomo.ricov@weekendmediafestival.com

IZVRŠNI DIREKTOR I PRODUCENT:

Boris Kovaček
Boris.Kovacek@weekendmediafestival.com

IZVRŠNA DIREKTORICA, MARKETING & SPONZORSTVA:
Zelda Bećirević
Zelda.Becirevic@weekendmediafestival.comDIREKTOR PROGRAMA:
Nikola Vrdoljak
Nikola.Vrdoljak@weekendmediafestival.comPR DIREKTORICA:
Martina Pintarić
Martina.Pintaric@weekendmediafestival.comPRIJEM UZVANIKA:
Mirella Fuček
Mirella.Fucek@weekendmediafestival.comKOORDINATORICA SPONZORSTAVA:
Rea Berger
Rea.berger@weekendmediafestival.comKOORDINATORICA PROGRAMA:
Lara Stolnik
Lara.stolnik@weekendmediafestival.com

PR COORDINATOR:

Amela Pasalić
Amela.pasalic@weekendmediafestival.com

KOORDINATORICA PRIJEMA UZVANIKA:

Senka Kulenović
senka.kulenovic@weekendmediafestival.com

DIREKTOR DOGAĐANJA:

Damir Stupnišek
Damir.stupnisek@weekendmediafestival.com

TEHNIČKI DIREKTOR:

Andraš Trkulja
Andras.Trkulja@weekendmediafestival.com

ART DIRECTOR:

Marin Rajčić
marin.rajcic@weekendmediafestival.com

KONTAKT FESTIVALA:

Radićeva 15, 10000 Zagreb
Tel. +385 1 6458 390
info@weekendmediafestival.com

suradnici // associates

Kim Norma Mueller
Marko Bunčić
Iva Jirkal
Petra Knežević
Nika Turković
Nina Krpan
Iva Ricov
Mirjana Kolac
Karlo Pavlić
Ivan Horvat
Tatjana Komljenović
Nikolina Plavčić

Anja Omerza
Dalibor Franjković
Tomislav Jech
Lobel Jira
Ružica Ličina - Vrdoljak
Boris Ličina
Dunja Balon
Lejla Softić
Dragana Citlik
Barbara Kovačević
Eva Celec
Margarita Andonovska

Petra Rožman
Ela Radić
Rea Hadžiosmanović
Barbara Tadić
Zdravko Karna
Dragan Crnjak
Ana Zidar
Martin Žunec
Daniel Orsolić
Domagoj Kovačević
Antonia Bratoš
Nenad Kljajić
Lovro Maričić

hvala // thanks

Ivan Stanković
Marija Vićić
Branimir Brkljač
Samir Korić
Bojan Hadžihalilović
Jordan Minov
Sašo Dimitrijevski

tisak // print

Tisak: Printera
Papir: Maxi Satin 135g i 300g
Sponzor papira: Igepa Plana d.o.o.
Dorada: SuniSafari



— GENERALNI POKROVITELJ



A D R I S

— SPONSOR



PRIJATE





WEEKEND

www.weekendmediafestival.com