



Tomo Ricov i Nikola Vrdoljak,

direktor i direktor programa Weekend Media Festivala:

Jubilarno izdanje festivala dokaz je da smo uspjeli u svemu što smo zamislili

WEEKEND MEDIA FESTIVAL JEDINSTVENA JE KOMBINACIJA

POSLOVNE KONFERENCIJE, KREATIVNOSTI, TEHNOLOGIJE I OPUŠTENA
DRUŽENJA U JEDNOM OD NAJLJEPŠIH GRADOVA U HRVATSKOJ

[RAZGOVARALA SANDRA BABIĆ]
lider@lider.media

Već desetu godinu zaredom marketinška i medijska industrija s nestrpljenjem iščekuje kraj rujna kad se na istome mjestu (u prostorijama bivše rovinjske tvornice TDR-a) u otprilike isto vrijeme odražava Weekend Media Festival. Organizacijom toga najvećeg medijskog i marketinškog događaja u regiji orkestrira tim pod vodstvom Tome Ricova, direktora festivala, i Nikole Vrdoljaka, direktora programa. S njima smo popričali o tome što nas čeka na novom druženju od 21. do 24. rujna u Rovinju, ali i o izazovima organizacije te trendovima u industriji.

• U čemu je tajna uspjeha festivala?

Ricov: – Ove godine slavimo jubilarni, deseti rođendan i ciljevi koje smo zacrtali zaista su ambiciozni – i programski i zabavno. Svake godine uvodimo brojne novosti te u predavanjima, ali i ostali sadržajima nastojim posjetiteljima ponuditi nešto novo, drugačije i neuobičajeno. U žestokoj konkurenciji turističkih destinacija kakva je danas, uvijek je potrebno ponuditi nešto više od samo razgledavanja grada ili sunca i plaže, a Weekend čini upravo to jer kao takav predstavlja jedinstvenu kombinaciju poslovne konferencije, kreativnosti, tehnologije i opuštenog druženja u jednom od

najljepših gradova u Hrvatskoj. Vjerujem da nam deseta obljetnica govori da smo uspjeli u onom što smo zamislili.

• Koje su vam omiljene uspomene u posljednjih deset godina?

Ricov: – Previše je toga, ali možda prva godina; Kulušić reunion party s Vladom Divljanom, prvi nastup sad velikog Weekend prijatelja Petea Radovicha, govor suca Coline...

• Jeste li očekivali da će WMF izrasti i doživjeti deseto izdanje s obzirom na to da ste se u priču upustili u kriznim godinama?

Vrdoljak: – Weekend je daleko nadmašio naša prva očekivanja. Kad smo kretali prije deset godina, naša ideja bila je stvoriti mjesto na kojem ljudi iz komunikacijske i medijske industrije mogu saznati najnovije trendove, poslušati strana iskustva koja se događaju oko nas te se pritom i dobro zabaviti u jedinstvenom ambijentu. Nismo očekivali da će deset godina kasnije Weekend postati nezaobilazna destinacija koja u jednom od najljepših gradova u Hrvatskoj donosi jedinstvenu kombinaciju poslovne konferencije, kreativnosti, tehnologije i opuštenog druženja. Deseta godišnjica potvrda je da smo uspjeli u onome što smo zamislili.

ŠESTI BALCANNES I PETI SOMO BORAC

ŠIRI SE ŽIRI

• Što donosi ovogodišnji BalCannes, a što SoMo Borac?

Ricov: – Sve marketingaše na Weekendu očekuje šesti po redu BalCannes, na kojem ove godine najboljih 25 projekata regije odabire najveći žiri dosad, koji se sastoji od čak 25 predstavnika klijenata, agencija i novinara. Najbolje agencije sa sobom će kući ponijeti posebnu nagradu – BalCanneskog lava, a bit će dodijeljeno njih sedam. Petu godinu zaredom SoMo Borac predstaviti će najbolje digitalne radove u više kategorija, a dolazi s nekoliko novosti. Jedna od važnijih je i nešto veći regionalni žiri u kojem će, kao i dosad, biti stručnjaci iz najboljih agencija. Promjene su se dogodile i u kategorijama, pa su nove SoMo Web i SoMo App, u kojima će se nagraditi najbolja web-stranica, odnosno mobilna aplikacija.



**TOMO RICOV
I NIKOLA
VRDOLJAK**
DESETU GODINU
ZAREDOM
ORKESTRIRAJU
ORGANIZACIJOM
NAJVEĆEGA
MEDIJSKOG I
MARKETINŠKOG
DOGAĐAJA
U REGIJI

• **Koji su i danas najveći izazovi prilikom organizacije?**

Ricov: – Dvije su vrste izazova. Prvi i važniji je da svake godine napravimo atraktivan program koji će zainteresirati posjetitelje, da se ne ponavljamo i da smo uvijek aktualni. Drugi izazov je da sve skupa dobro izgleda te da se ljudi dobro zabave.

• **Postoji li nešto što biste mijenjali? Ili, kako biste htjeli da izgledaju neka buduća izdanja WMF-a?**

Ricov: – Malo smo stvari mijenjali od prvog Weekenda. Kako smo stvari postavili na početku, tako se manje-više odvijaju svi Weekendi. Uvijek nešto nadodamo novo, ali osnova je ista.

• **Što se u medijskoj i marketinškoj industriji najviše promijenilo od prvog, do sadašnjeg, desetog izdanja?**

Vrdoljak: – Komunikacijska industrija mijenja se iz godine u godinu i zaista mogu reći da nikada nije bilo zanimljivije. Prije deset godina tek smo predstavljali digital, a teme o kojima danas razgovaramo su ekonomija dijeljenja, samovozeći automobili, Snapchat Spectacles, kružni i vertikalni videoformati te brojne druge. Osim što su se mediji i marketing digitalizirali, sve oko nas se u pot-

punosti medijatiziralo. Danas je Weekend mnogo više nego što je bio, kažemo da smo danas na križanju medija, marketinga, ali i biznisa, kreativnosti i tehnologije.

• **Koje biste događaje (paneje, predavanja) izdvojili i ove godine?**

Vrdoljak: – Program Weekend Media Festivala raden je tako da pokriva razne interese. Ove godine jedan od panela bit će posvećen fenomenu kreativnog dokoličarenja, a drugi će se baviti sve izraženijim trendom povlačenja američke produkcije iz televizijskog programa na 'on demand' televiziju. Raspravljat će se i o rastućem utjecaju Googlea i Facebooka na globalnom tržištu oglašavanja te o budućnosti transporta i utjecaju novih digitalnih platformi poput Ubera. Dio programa jubilarnog Weekenda bit će posvećen nordijskim zemljama, koje se smatra uzorom razvoja, novih tehnologija, ali i regionalne suradnje. Od predavača istaknuo bih Jona Lawrenca, najboljeg digitalnog urednika Velike Britanije s Channela 4, te Sašu Savića, inače rodom iz Sarajeva, CEO-a za SAD jedne od najvažnijih globalnih agencija Mediacoma.

• **Kako ste zamislili vruću temu o Agrokoru, kojim će se pitanjima ona baviti?**

Vrdoljak: – Agrokor je nezaobilazna tema koja je obilježila 2017. godinu u cijeloj regiji. Na Weekendu ćemo Agrokor sagledati kroz aspekt komunikacije krize na panelu 'Agrokor naš svagdašnji'. Zanima nas kako se cijeli proces komunicirao, što je bilo dobro, a što je moglo bolje. Drugi aspekt je sloboda medija koja se potencirala krizom u Agrokoru. Odmah su krenule optužbe da se sve znalo, kako su se mediji ponašali, što su objavljivali i što ne. Naravno, ta je tema mnogo šira i kompleksnija pa će u raspravi sigurno iskočiti još koje zanimljivo pitanje.

• **Što nas očekuje u zabavnom dijelu programa?**

Ricov: – Zabavni program uvijek je bio jedan od najjačih aduta Weekend Media Festivala. Ove godine startamo u četvrtak navečer, 21. rujna, velikom zabavom otvorenja, za koju su izvođači još iznenađenje. Petak, 22. rujna, počinje nastupom Sajsi MC by Lampshade Media, nakon koje Jagermeister predstavlja 'Probudit ću se sutra': Nipplepeople, Nik Orosi & Pill Jackson. Za veliko zatvaranje jubilarne obljetnice, u subotu, 23. rujna, posjetitelje čeka posebna glazbena poslastica: Neno Belan i Fiumensi sviraju Đavole.