



Objava za medije

Sedmi Weekend Media Festival propituje nove modele komunikacije

- „Radionica“ – nova dvorana na Weekendu
- Otvorene prijave za BalCannes, SoMo Borac donosi pregled nadolazećih digitalnih trendova

Zagreb, 2. srpnja 2014. – Najveći regionalni festival komunikacija, Weekend Media Festival, održat će se sedmi put od 18. do 21. rujna u festivalskom prostoru stare Tvornice duhana u Rovinju. Weekend će i ove godine ugostiti oko 4 000 medijskih, marketinških i PR profesionalaca te im ponuditi bogat program prepun zanimljivih predavanja, provokativnih panela, radionica i prezentacija s temama od medija i marketinga, preko showbiza i digitala, pa sve do ključnih poslovnih pitanja.

Weekend Media Festival ponovno će ugostiti ugledne predavače i paneliste. Tako u Rovinj stiže **Scott Morrison**, jedan od najutjecajnijih oglašivača Velike Britanije. Nakon 20 godina provedenih u nekim od najrazvijenijih brendova, Morrison će posjetiteljima podijeliti svoja iskustva te održati predavanje na temu „**Ubrzani vođa**“.

Potpredsjednik za istraživanje, statistiku i izvještavanje za Viacom International Media Networks **Christian Kurz** održat će zanimljivo predavanje o svom vizionarskom projektu „**MTV Knowing Youth: Vizija 2020**“, gdje će istraživati poglede mladih ljudi na svijet i njihove vizije budućnosti – posebno 2020. godine.

Veliko zanimanje sigurno će izazvati i suosnivač *SalesBraina* **Christophe Morin**, koji će govoriti čime se zapravo rukovode kupci pri donošenju odluke o kupovini te metodama stvaranja snažnih, sugestivnih i kreativnih poruka koje garantiraju rezultate.

Panel rasprave na vrlo aktualne teme uvijek su bili adut Weekend Media Festivala. Tako će se održati panel pod nazivom „**Zašto financiramo startupove?**“ gdje će sudionici raspravljati koje koristi ima država ili grada kad se financiraju startupi, a koje tvrtke i kako do njih doći. Panel pod nazivom „**Mad Man vs Math Man powered by BalCannes**“ govorit će o tome kako je real-time revolucija dovela do promjene agencijske paradigme što je dovelo do niz promjena na tržištu. Sudionici panela „**Otići ili ostati?**“ pokušat će odgovoriti na pitanje je li istinita teza koja se provlači u medijima da svatko tko želi ostvariti uspjeh u karijeri, mora otići iz Hrvatske, dok će se na panelu „**Wearables industrija u svijetu i regiji**“ govoriti o trendovima u wearables industriji i što se događa u svijetu.

Posjetitelji će imati mogućnost sudjelovati u čak šest radionica gdje će steći vrijedna iskustva koja mogu primijeniti na svoje poslovanje. Radionica pod nazivom „**Komunikacija s pola mozga**“ ponudit će rješenja kako postići dobru komunikaciju te odgovor na pitanje zašto ljudi mrze oglašavanje. „**Content marketing u praksi**“ naziv je radionice u kojoj će se sudionici upoznati s načinima kreiranjem brendiranog sadržaja u svrhu privlačenja i zadržavanja korisnika. Na radionici „**Medijsko planiranje u praksi**“ sudionici će naučiti kako kreirati efikasnu medijsku kampanju prilagođenu



tržištu, proizvodu i ciljanoj skupini, dok će „**Stvaranje integrirane digitalne marketinške kampanje**“ nuditi načine kako kreirati uspješnu kampanju kroz case studye, primjere i zadatke.

Treću godinu zaredom, Weekend i HURA nastavljaju i s **BalCannes** revijom najboljih agencijskih projekata iz šest zemalja regije, a prijave za ovogodišnje izdanje traju do 1. rujna 2014. Za prošlogodišnji BalCannes bila su prijavljena čak 82 rada iz cijele regije, a sličan se odaziv očekuje i ove godine. Svi prijavljeni radovi prikazivat će se u glavnoj dvorani Weekend u sklopu programa festivala putem petominutne prezentacije, na BalCannes Yellow Pages regionalne online baze reklamnih agencija putem kojeg su dostupni oglašivačima tokom cijele godine te na cijeloj stranici u specijalnoj knjizi Media Marketinga. Ovogodišnja novost su dvije nove kategorije: niskobudžetne kampanje za projekte koji su realizirani unutar ukupnog medijskog budžeta do 50.000 € te posebna kategorija GHOST u kojoj agencije mogu prijaviti radove koji nikada nisu bili realizirani. Za više informacija posjetite www.balcannes.com.

Nagrada **SoMo Borac** će nam i ove godine otkriti tko je napravio korak više u društveno-mrežnom, odnosno mobilnom svijetu. Prošle godine bilo je preko 100 prijava, pa organizatori i ove godine očekuju jednako velik interes. Regionalna nagrada koja se dodjeljuje drugu godinu zaredom i u kojoj i regionalni žiri odlučuje o najboljima, ima dosta novosti. Nekoliko je kategorija spojeno, pa su tako nove, odnosno združene stare **SoMust Have** (Twitter, Instagram i ostale društvene mreže), **SoMo Content** (najbolji content marketinški projekti) i **Hodam i gledam** (mobilni site ili kampanja) dok su ostale kategorije ostale iste. I ove godine važno je spomenuti kako je **prijava na SoMo Borac besplatna** te da će pobjednici biti prezentirani kroz cijeli Weekend.

Pogled preko plota tradiciionalno će pružiti uvid u pregled medijske scene svih tržišta regije uz pomoć šest regionalnih stručnjaka koji će na zanimljiv način prenijeti sve što se događalo u protekloj godini.

Weekend fun

Zaraznu atmosferu Weekenda od uvijek upotpunjuju partiji i popratni zabavni program, pa se tako i ove godine svaki dan održava niz promocija, koktela, koncerata i večernjih tulumata koji su idealna prilika za neformalni networking posjetitelja Weekenda.

Šesti Weekend Media Festival prošle je godine ugostio oko 4000 sudionika i posjetitelja, među kojima je bilo oko 550 akreditiranih novinara, više od 120 predavača i panelista te više od 300 studenata iz cijele regije. Prijave za ovogodišnji Weekend već su započele na www.weekendmediafestival.com

Kontakt za medije:

Martina Pintarić, 404

martina.pintaric@404.agency

098 696 797