

17. konferenca medijskih trendov SEMPL

Portorož, 26. in 27. november 2015

O konferenci medijskih trendov SEMPL

SEMPPL je mednarodno priznan izobraževalni dogodek, ki je namenjen predstavitvi aktualnih medijskih trendov v jadranski regiji ter analizi tuje in domače dobre prakse v medijsko-komunikacijski panogi. Namenjen je vsem, ki delajo v medijih, z mediji ali za medije in vsem tistim, ki krojijo medijske trende in se po njih ravnaajo.

Konferenca iz leta v leto privablja več udeležencev; leta 2014 jih je bilo že 850, v letu 2015 jih organizatorji pričakujejo že okrog 900. Čeprav je največ udeležencev, dobri dve tretjini, iz Slovenije, pa v zadnjih letih narašča tudi število obiskovalcev iz drugih držav regije Adriatik, predvsem Srbije in Hrvaške. Tako dosegajo zastavljeni cilj, da SEMPL postane vodilni regijski dogodek, ki vsako leto pritegne več predstavnikov medijskih in kreativnih agencij, medijev in oglaševalcev iz vseh držav nekdanje Jugoslavije in držav Vzhodne Evrope. Lanska konferenca je prvič v svoji zgodovini gostila tudi nekaj udeležencev iz Bolgarije, v letošnjem in prihodnjih letih pa bo večji poudarek na promociji SEMPL-a tudi v drugih sosednjih državah, kot sta Avstrija in Italija.

Na konferenci svoje znanje predajajo številni tuji in domači strokovnjaki iz medijskega in tržnokomunikacijskega ekosistema; vsako leto jih je preko dvajset. Na konferenci leta 2014 so še posebej izstopali ameriški guru trendov **Daniel Levine**, globalni urednik spletnega portala WikiTrend.org in ustanovitelj svetovalne družbe Avant-Guide Institute, svetovna avtoriteta na področju radijskega oglaševanja **Ralph van Dijk**, ustanovitelj in kreativni direktor agencije za produkcijo radijskih oglasov Eardrum iz Avstralije, **Patrick Galvin**, ameriški strokovnjak za odnosni marketing in ustanovitelj svetovalnega podjetja The Galvanizing Group, **Matthew Zorpas**, avtor bloga TheGentleman Blogger iz Velike Britanije, in **Niall Horgan**, vodja ključnih strank pri družbenem omrežju Twitter za regijo EMEA.

Z A Č U T I T R E N D E

O organizatorjih SEMPL-a

SEMPLE že od leta 1998 dalje nastaja pod okriljem in v organizaciji enega največjih zakupnikov medijskega prostora v Sloveniji, družbe Media Pool, ki so jo ustanovile večje slovenske oglaševalske agencije z namenom natančnega spremljanja dogajanja na medijskem trgu in zagotavljanja transparentnosti poslovanja. Izkušnje strokovnjakov in celovita ugodna ponudba v medijih naročnikom zagotavljajo dobre pogoje in visoko kakovost storitev. Media Pool vseskozi skrbi tudi za razvoj stroke: poleg konference SEMPLE izvaja tudi raziskavo poslušnosti radijskih programov Radiometrija, pripravlja celovit pregled slovenskega medijskega trga Mediaskop in številne druge, manjše projekte.

Od letu 2011 pri izvedbi konference SEMPLE sodeluje tudi podjetje Medijski partner, izdajatelj specializirane marketinške revije Marketing magazin, ki izhaja že od leta 1981.

O tekmovanju Sempler

V okviru konference SEMPLE od leta 2002 poteka tudi tekmovanje za nagrade za medijske presežke leta Sempler, na katerem medijski strategji, naročniki in mediji predstavijo svoje najboljše projekte in se potegujejo za šest zlatih semplerjev in glavno nagrado veliki sempler, ki je podeljena najboljši medijski strategiji preteklega leta. Nagrade so podeljene v naslednjih kategorijah:

- A – strateška uporaba medijskega spleta
- B – inovativna uporaba komunikacijskega kanala
- C – najboljša ciljana akcija
- D – najboljša izkustvena akcija
- E – najboljša izraba digitalnega okolja
- F – najboljša akcija na družbenih omrežjih

Število prijavljenih del na tekmovanje Sempler 2012-2014

Tekmovalna skupina	2014	2013	2012
A – strateška uporaba medijskega spleta	8	14	16
B – inovativna uporaba komunikacijskega kanala	15	16	13
C – najboljša ciljana akcija	12	12	10
D – najboljša izkustvena akcija	13	12	11
E – najboljša izraba digitalnega okolja	10	9	9
F – najboljša akcija na družbenih omrežjih	7	12	5
SKUPAJ	65	75	64

Število finalistov tekmovanja Sempler 2012-2014

Tekmovalna skupina	2014	2013	2012
A – strateška uporaba medijskega spleta	3	4	5
B – inovativna uporaba komunikacijskega kanala	6	2	4
C – najboljša ciljana akcija	5	6	6
D – najboljša izkustvena akcija	6	4	4
E – najboljša izraba digitalnega okolja	3	3	2
F – najboljša akcija na družbenih omrežjih	3	4	3
SKUPAJ	26	23	24

Dobitniki najvišjih nagrad – velikih semplerjev 2002-2014

Leto	Naslov dela	Oglaševalec	Prijavitelj	Država
2014	Zlatko – Živim lajf	Nova KBM	Pristop, Renderspace	Slovenija
2013	Ta Coca-Cola je zate!	Coca-Cola	Universal Media	Srbija
2012	Gorenjkina sladka sporočila	Žito	Pristop in Pristop Media	Slovenija
2010	ORTO Lepljiva umetnost	Si.mobil	Si.mobil, LunaTBWA, ZenithOptimedia	Slovenija
2009	Frutiq Mikrofon	Fructal	Pristop	Slovenija
2008	Burkina Faso	Unicef Slovenija	ZenithOptimedia	Slovenija
2007	Vista Search	Microsoft Slovenija	Pristop	Slovenija
2006	Avto	Zavarovalnica Triglav	Original	Slovenija
2005	Hubba Bubba pesem in ples	Wrigley	OMD Slovenija	Slovenija
2004	Tag	Rdeči križ Hrvaške	McCann Erickson Croatia	Hrvaška
2003	Plesna šola Kazina	Plesna šola Kazina	Agencija Imelda	Slovenija
2002	Napača	Porsche Slovenija	Agencija Pan	Slovenija

Z A Č U T I T R E N D E

O žiriji za nagrade Sempler

O prijavljenih delih vsako leto presoja ugledna mednarodna strokovna žirija. Leta 2014 jo je vodila **Vesna Beganović**, ustanoviteljica in direktorica oglaševalske agencije Via Media iz Bosne in Hercegovine, člani žirije pa so bili še **Vanja Blumenšajn**, solastnik in kreativni direktor v hrvaški oglaševalski agenciji Señor, **Marina Čulić Fischer**, izvršna partnerica v hrvaški agenciji Dialog komunikacije in glavna izvršna direktorica digitalne agencije Proximity Zagreb, **Sašo Dimitrievski**, partner v slovenski agenciji Pristop, **Polona Javornik**, izvršna direktorica medijskih agencij OMG in OMD Slovenija, **Mario Lovrić**, izvršni direktor medijske agencije Universal McCann iz Zagreba, **Aleksandar Poznanić**, direktor marketinga v srbskem podjetju Jaffa Crvenka, in **Ivan Stanković**, lastnik in direktor srbske oglaševalske agencije Communis DDB.

Pregled članov žirij za nagrade Sempler 2002-2013

Leto	Predsednik žirije	Člani žirije
2013	Biljana Kolaković (Universal Media, Srbija)	Silvana Ban (Tele2, Hrvaška) Davor Bruketa (Bruketa & Žinić OM, Hrvaška) Saša Djurdjević (OMD Media, Srbija) Barbara Modic (Pristop Media, Slovenija) Bojan Rendulić (Initiative FB, Srbija) Darja Teržan (Mlekarna Celeia, Slovenija) Zoran Leban Trojar (Sonce.net, Slovenija) Senad Zaimović (Fabrika, BiH)
2012	Saša Leben (Publicis Groupe, Slovenija)	Božidar Abramović (Omnicom Media Group, Hrvaška) Renata Hafner Granić (Nova TV, Hrvaška) Maja Kolar (Banca Intesa, Srbija) Tina Kumelj (Ljubljanske mlekarnе, Slovenija) Jozo Laurenčić (Idea Plus Communications, Srbija) Marjana Robavs (Futura Media, Slovenija)
2011	Aleš Muhič (Pro Plus, Slovenija)	Zoran Gabrijan (Futura DDB, Slovenija) Mateja Gramc Debeljak (PHD, Slovenija) Vanesa Priseker (Universal McCann, Hrvaška) Dejan Turk (Si.mobil, Slovenija) Julijana Vrbaneč (Digitel Medijski Servisi, Hrvaška)
2009	Tomaž Bergoč (Žurnal Media, Slovenija)	Aljoša Bagola (Pristop, Slovenija) Nikola Bubanj (Grey Group, Slovenija) Damir Ciglar (Imago, Hrvaška) Gojko Djilas (Multikom, Srbija) Matjaž Klipšteter (Futura PR, Slovenija) Janja Štular (Spar Slovenija)
2008	Tomaž Drozg (Adria Media Ljubljana, Slovenija)	Slaven Fischer (BBDO Group, Hrvaška) Dragan Fras (Domino Advertising, Srbija) Jasna Hrvic Smolec (Digitel Medijski Servisi, Hrvaška) Edlira Mali (Ogilvy Albania, Albanija) Petra Molan (Bayer, Slovenija) Klaus Schweighofer (Styria Media International AG)
2007	Daliborka Vukobratović (PHD, Hrvaška)	Mateja D. Zavrl (Pristop, Slovenija) Gal Erbežnik (Publicis, Slovenija)

Z A Č U T I T R E N D E

		Milena Fornazarič (Media Pool, Slovenija) Vanesa Prišek (Universal McCann, Hrvaška) Milena Štular (Droga Kolinska, Slovenija) Pavel Vrabec (Pro Plus, Slovenija)
2006	Vesna Marđonović (OMD, Slovenija)	Aljoša Bagola (Pristop, Slovenija) Alenka Kanduč (Futura DDB, Slovenija) Tatjana Pavlič (Avanta, Slovenija) Nives Roš (Dnevnik, Slovenija) Martina Sever (Siol, Slovenija) Mitja Tuškej (Formitas, Slovenija)
2005	Branka Foršček (Studio 3S, Slovenija)	Andreja Anžur-Černič (Časnik Finance, Slovenija) Barbara Drogenik (Grey Ljubljana, Slovenija) Mateja Gramc (OMD, Slovenija) Igor Lah (Media Direction, Slovenija) Zlatko Ledinek (Kompas design, Slovenija) Marko Primožič (Proconi, Slovenija)
2004	Dalila Petronijević (Direct Media, Srbija in Črna gora)	Robert Horvat (Studio Dotični / Carat, Slovenija) Vanesa Prišek (Universal McCann, Hrvaška) Marjana Robavs (Futura DDB, Slovenija) Ela Žilič (Media Pool, Slovenija) Toni Balažič (Petrol, Slovenija) Marko Vrtovec (Delo, Slovenija)
2003	Jasna Hrvic Smolec (Digitel Medijski servisi, Hrvaška)	Katja Kodarin (Votan Leo Burnett, Slovenija) Vesna Radaković (Direct Media, Srbija in Črna gora) Irena Setinšek (Mediana, Slovenija) Aleša Zupančič (Formitas, Slovenija) Mateja Jesenek (Mercator, Slovenija) Nataša Jovanovska (Pro Plus, Slovenija)
2002	Janja Božič Marolt (Mediana, Slovenija)	Roman Berčon (Votan Leo Burnett, Slovenija) Lili Cizelj (Pristop, Slovenija) Ana Ivandič (Formitas BBDO, Slovenija) Pavel Vrabec (Pro Plus, Slovenija)

Dodatne informacije o konferenci SEMPL:

Valerija Prevolšek, predsednica SEMPL-a in direktorica Media Poola:
valerija.prevolsek@mediapool.si

Simona Kruhar Gaberšček, predstavica za odnose z javnostmi: pr@sempl.si,
simona.kruhar@gmail.com