

Agenda 2016

09:00- 10:30 FAKTY, LUDZIE, PIENIĄDZE – jak reklamodawcy walczą o serca klientów

Joanna Nowakowska, Wojciech Kowalczyk – Screenlovers

Premiera wyników badań

Katarzyna Para, USP Zdrowie

„Czy można dziś zbudować masowy brand bez udziału TV? O ‘konserwatywnych’ strategiach wideo wśród reklamodawców z branży farmaceutycznej”

10:30- 13:00 TRUDNE SPRAWY – wyzwania rynkowe VOD w świecie taniej TV

Rafał Szysz, CEO Stars

„Wojna Google’a i Facebooka z telewizjami: jak porównać potencjały mediów nie mając jednoźródłowego badania?”

Marcin Bogłowski, dyr. badań i rozwoju produktu reklamowego TVN

„Cyfrowa rewolucja okiem nadawcy. Kto stoi po jasnej stronie mocy?”

Karol Wszyński, CEO Los Videos

„Aaby zatrudnić Youtubera: jakich błędów należy się wystrzegać we współpracy z nową generacją twórców wideo?”

Arkadiusz Marszałek, Youtube

„Przyszłość AVOD w czasach CPM 20 zł. W jakich segmentach rynku wideo przetrwa model reklamowy?”

Łukasz Pytlewski, dyr. badań MEC i Maciej Kawka, dyr. strategiczny MEC

„Sufit ‘digitalu’ – czy reklama online może rosnąć już tylko kosztem telewizji?”

Jakub Bierzyński, CEO OMD i Marta Pichlak-Miarka, Group Account Director OMD

„Mity o zakupowej przyszłości telewizji. Czy programmatic to jedyna słuszna droga?”

13:00 - 14:00 Przerwa obiadowa

Agenda 2016

09:00- 10:30 SPRAWA DLA REPORTERA

Jacek Olechowski, prezes IAA

„Taniość, widzę taniość. O relacjach domy mediowe-audytorzy na rynku z najniższym CPP w regionie”

Panel dyskusyjny:

„1 GRP dla wszystkich ekranów: czy zmierzamy w kierunku wspólnej waluty? Koszty, korzyści, ryzyka”.

W składzie panelu m.in.:

- **Tomasz Bruss, dyr. zarządzający Mediafarm**
- **Anna Jarzynka, client service director MEC**
- **Robert Plesko, managing director OMD Macroscope**
- **Piotr Szeleszczuk, brand communications manager Adidas**
- **Marcin Winkler, szef marketingu internetowego Play**

Panel prowadzi **Edward Korbel, SW Research**

15:15- 15:45 AUDYCJA ZAWIERA LOKOWANIE PRODUKTU – życie marki w programie

Joanna Orfinger, Dr Irena Eris

„Zamiast banneru czy oprócz banneru: jak i po co wprowadzać markę do internetowej produkcji?”

Szymon Józwiak, Lotte Wedel

„Marka jako producent treści: czyli o content marketingu na rynku wideo oczami reklamodawcy”

15:45- 16:30 FEAR FACTOR – panel dyskusyjny

„Widmo cord-cuttingu w Polsce: przyszłość płatnej telewizji wobec rozwoju naziemnej telewizji cyfrowej i wideo na życzenie”

prowadzenie – **Martin Stysiak „Gazeta Wyborcza”, w składzie m.in. Bogusław Kisielewski, prezes zarządu Kino Polska TV S.A., Agnieszka Radawiec, dyrektor marketingu UPC, Andrzej Szpalerski, dyr. ds. badań TV IDMnet, Stanisław Janowski, dyrektor zarządzający Polsat Media, Izabella Wiley, General Manager, A+E Networks Poland**

16:30- 17:30 POWRÓT DO PRZYSZŁOŚCI – co nas czeka jutro?

Tomasz Wysocki, Paweł Heba, A+E Networks Poland

„Inspiracja i zaangażowanie zamiast promocji – nadawcy telewizyjni produkujący контент do sieci.”

Michał Brański, VP Grupy WP

„Z digital do telewizji, czyli: gdzie leżą konfitury? O tym jak WP wchodzi do gry na telewizyjnym boisku i jakie inspiracje czerpie od Vice, Hulu oraz Netfliksa”