**Treći dan NEM-a pokazao je kako prigrliti najnovije trendove na medijskom tržištu**

Treći dan NEM-a bio je posvećen najnovijim trendovima i njihovim učincima na medijsko tržište. Stručnjaci su usporedili platforme na zahtjev i TV kanale te izrazili optimističnost za buduće generacije korisnika. Sudionici su također od Applicastera imali priliku saznati više o cjelokupnome digitalnom iskustvu.

**Kvalitetan sadržaj ključ je uspjeha**

U raspravi o vječnim (ne)prijateljima – platformama na zahtjev i TV kanalima – istaknuta je potreba za prilagođavanjem tehnologije specifičnom tržištu.

*„Nalazimo se u zlatnom dobu televizije, što znači da imamo veću konkurenciju, veće budžete i više ulaganja. No moramo ostati usredotočeni na stvaranje sadržaja jer čim se počnemo fokusirati na distribuciju umjesto na sadržaj, u nevolji smo“,* tvrdi Salim Mukaddam iz BBC Studiosa.

Govorilo se i o nužnosti različitih tehnologija koje se danas rabe u medijima.

*„Naša je strategija tražiti specifičnosti tržišta pri planiranju provedbe programa i uvođenja nove tehnologije. Prilagođavanje lokalnom tržištu ključno je, u ovom slučaju ne postoji jedinstveno, univerzalno rješenje“,* rekla je Katharina Behrends, glavna direktorica grupacije NBCUniversal International Networks za istočnu i srednju Europu,.

Raspravljajući o ulozi milenijalaca kao korisnika, Katarina Pavlović, direktorica programa u Prvoj Srpskoj Televiziji, istaknula je:

*„Većina regionalne publike starija je od 40 godina i ne možemo ih ignorirati. Očekujem da će milenijalci promijeniti svoje ponašanje kad postanu stariji. Vjerujem da će promijeniti navike i vratiti se linearnoj televiziji. TV kuće trebale bi im pružiti zanimljiv sadržaj kako bi ih privukle natrag.“*

Što se tiče sporog tehnološkog napretka u CEE regiji, Miloš Tomić, voditelj odjela za ugovaranje multimedijskih sadržaja u Telekomu Srbija, rekao je sljedeće:

*„OTT će definitivno doći i u ovu regiju, no sad još nije vrijeme za to zbog ekonomskih razloga, ali još i više zbog nerazumijevanja vrijednosti proizvoda.“*

**Učenje na primjerima dobre prakse**

Raspravljajući o fleksibilnoj strategiji za sadržaj, Alberto Mari, direktor prodaje u Applicasteru, ponudio je rješenje za poboljšanje sveukupnog iskustva. Ističući da sâma kvaliteta sadržaja nije dovoljna za konkurentan digitalni sadržaj ili OTT tvrtku, Mari inzistira na uključivanju dizajna, uporabljivosti i kvalitete streaminga u cjelokupno iskustvo kako bi se zadovoljilo korisnike. Mari je sa sudionicima podijelio svoje iskustvo s Applicasterom te im pružio uvid u znanje o digitalnom iskustvu potrebnom za vrhunsko sveukupno iskustvo.

*„Sva tehnologija potrebna za vrhunsko korisničko iskustvo već je dostupna na tržištu, stoga se možete fokusirati na sadržaj i korisničko iskustvo. ZAPP, najnoviji Applicasterov proizvod, upravo vam to i omogućava. Vrhunski dizajn kombinacija je kreativnosti i podataka.“*

Predstavljajući druge inovacije na tržištu, Alex Vigebo iz JW Playera istaknuo je ulogu videozapisa u člancima:

„*JW Playerova usluga ,Article Matching' uparuje sadržaj članka s relevantnim videozapisom iz knjižnice te tako omogućava obogaćivanje toga sadržaja.“*

Mia Pećina, voditeljica novoosnovanog Zagrebačkog filmskog ureda, predstavila je veliki korak koji je hrvatska prijestolnica napravila za produkcije u potrazi za neotkrivenim lokacijama u regiji. *„Obala je prvo na što se pomisli na spomen Hrvatske, no mi bismo htjeli prebaciti fokus na kontinentalne gradove i druge dijelove zemlje“,* rekla je Pećina.

Dan je završen prezentacijom o partnerstvu između Viacom International Media Networksa i distributera:

*„Linearnu televiziju konzumiramo sve manje, ali zato konzumiramo sve više sadržaja“,* rekla je Maja Porczynska, viša direktorica u Viacomu.

Tijekom dana ispunjenog raznim diskusijama i predavanjima, sudionici su imali niz prilika za osvježenje i umrežavanje na pauzama za kavu pod pokroviteljstvom NBCUniversala i na Viacomovu *happy houru*. Dan je zaključen JW Player partyjem u klubu Banje Beach u staroj dubrovačkoj jezgri.