

Učinkovitost ima recept: Podravka i Konzum otkrivaju kako se osvajaju **Effie** nagrade

Što stoji iza kampanja koje osvajaju **Effie** i Euro **Effie** nagrade? Sustavni rad, znanje, timska sinergija i ideje koje djeluju. Na konferenciji Brands & Trends otkrit će ih Podravka i Konzum, dvije...



Effie nagrade nisu samo još jedan kipić na polici — one su potvrda mjerljivih rezultata, odraz timskog rada i dokaz da kreativnost ima smisla tek kad je učinkovita. Upravo zato će se na ovogodišnjoj konferenciji Brands & Trends, 26. studenoga u zagrebačkom hotelu Zonar, predstaviti dva inspirativna **Effie** case studyja kompanija koje su u posljednjim godinama postale sinonim za izvrsnost u komunikaciji – Podravke i Konzuma. Ovi case studyji donose rijetku priliku da se iz prve ruke čujete što se krije iza nagrađivanih kampanja, kako kreativnu ideju pretvoriti u jasnu strategiju, kako izgraditi i održati relevantnost brenda te kako mjeriti rezultate koji dokazuju učinkovitost. Ujedno su i poziv svim marketinškim profesionalcima da dođu po inspiraciju, smjernice i konkretne “sastojke” uspjeha. Recept za kampanje koje osvajaju **Effie** nagrade: Podravka U case studyju koji nam donosi Podravka otkrit ćemo što stoji iza postignuća koje se može opisati brojkom – četiri **Effie** nagrade u jednoj godini – ali u stvarnosti predstavlja sustavni rad, strateško promišljanje i timsku usklađenost. U središtu priče nisu nagrade, nego proces: od razumijevanja brendova i potrošača, preko istraživanja i planiranja, do provođenja kampanja koje povezuju emociju, znanje

i mjerljive rezultate. Podravka je u istom ciklusu osvojila nagrade za kampanje: "Sve ima bolji okus s Vegetom", "Vegeta – Kuhanje je strašno", "Dolcela – Za izgled ne garantiramo", "Fant nepogrešivo fantastičan", "Juhuuuu za Podravka juhu!" i "Domaće u glavnoj ulozi". Dobiti četiri **Effie** nagrade u jednoj godini nije stvar sreće ni slučaja, a Podravka će nam otkriti i kako su to uspjeli. Pokazat će da učinkovitost ima recept, a on se sastoji od pravih sastojaka: znanja, sustava i srca. "Ponosna sam što mogu podijeliti priču o godini u kojoj je Podravka osvojila četiri **Effie** nagrade, s tri različite kreativne agencije, u četiri različite kategorije proizvoda i pokazala kako vješto spojiti znanje, kreativnost i učinkovitost. Te nagrade su samo potvrda da se i najtradicionalnije kompanije mogu mijenjati, ostajući vjerne sebi", kazala je Sanja Garaj Miloš, direktorica korporativnog marketinga Grupe Podravka. Konzum i kampanja "Mali veliki talenti" Konzumov case study pokazat će kako marketinška kampanja može okupiti zajednicu, angažirati potrošače i istovremeno donijeti mjerljive rezultate. Projekt "Mali veliki talenti" u kojem kupci prikupljanjem i doniranjem kupona pomažu školama u nabavci prijeko potrebne opreme, osvojio je čak četiri **Effie** nagrade u Hrvatskoj te prestigao konkurenciju i na europskoj razini, osvajajući Euro **Effie**. Kampanju će na Brands & Trendsu predstaviti Dunja Delić, direktorica Sektora marketinga Konzuma, kroz predavanje koje otkriva kako loyalty program može postati izvor stvarne promjene u zajednici – i pritom učvrstiti povjerenje kupaca. "U Konzumu smo dokazali da društveno odgovorna kampanja može istovremeno graditi brand, angažirati potrošače i donositi mjerljive rezultate — Mali veliki talenti su to pokazali u praksi", kazala je Dunja Delić. **Effie** nagrade – globalni simbol učinkovitosti Već 17 godina **Effie** Awards **Croatia** nagrađuje ideje koje djeluju – projekte, agencije i oglašivače koji su se istaknuli mjerljivim tržišnim rezultatima. Riječ je o najvažnijem svjetskom priznanju za marketinšku učinkovitost, koje danas obuhvaća više od 125 tržišta i 60 nacionalnih programa. Eva Trstenjak, voditeljica natjecanja u **HURA**-i i IAB-u, članica Organizacijskog odbora natjecanja **Effie** Awards **Croatia**: "Prošla **Effie** sezona još je jednom pokazala koliko je snažna i inspirativna naša industrija, s 15 nagrađenih projekata i brojnim pričama koje dokazuju da kreativnost i efektivnost idu ruku pod ruku. Najviše me ipak veseli ono što **Effie** potiče – otvorene razgovore, razmjenu iskustava i stalnu želju da budemo još bolji. Veselim se novim idejama koje djeluju u sezoni **Effie** Awards **Croatia** 2026, čije prijave uskoro otvaramo." "**Effie** nagrade služe nam kao podsjetnik da iza kreativnosti i dobrih ideja trebaju stajati i promišljena strategija i mjerljivi poslovni rezultati. No **Effie** nije samo priznanje za najbolje kampanje na tržištu, nego i poticaj svim sudionicima komunikacijske industrije da neprestano gaje kulturu efektivnosti i podižu profesionalne standarde", kazao je pak Mario Fraculj, član Organizacijskog odbora natjecanja **Effie** Awards **Croatia**. Ako želite saznati što se skriva iza najvećih marketinških postignuća i kako se ideja pretvara

Večernji list, 22.10.2025.

Evidencijski broj / Article ID: 24800821

Naslov / Title: Učinkovitost ima recept: Podravka i Konzum otkrivaju kako se osvajaju Effie nagrade

URL: [Originalni članak](#)OTS: 75660

u rezultat, već danas osigurajte svoje ulaznice na linku, pridružite se Brands & Trends konferenciji i učite od nagrađivanih kompanija koje će s vama podijeliti konkretne savjete i sastojke uspjeha, najnovije informacije potražite na Instagram profilu i službenoj stranici konferencije.