

[profitiraj.hr](#)

11. svibnja 09:30:11

Dani komunikacija zaključeni dodjelom Effie nagrada i raspravama o AI-u, brendovima i komunikaciji koja donosi rezultate

Profitiraj.hr press

Najprestižniju nagradu **Effie** Grand Prix osvojili su Kaufland i agencija Cvoke za projekt *Dom je bliže nego što misliš*, realiziran u suradnji s OMD Media.



Završnica **Dana komunikacija** u Rovinju okupila je vodeće stručnjake iz svijeta komunikacija, marketinga i tehnologije, a posljednji festivalski dan obilježili su dodjela **Effie** Awards **Croatia** 2026 te predavanja i paneli o umjetnoj inteligenciji, brend strategiji i sadržaju koji mijenja ponašanje publike.

Najprestižniju nagradu **Effie** Grand Prix osvojili su Kaufland i agencija Cvoke za projekt *Dom je bliže nego što misliš*, realiziran u suradnji s OMD Media. Zlatni **Effie** pripao je i Atlantic Grupi te agenciji Luna\TBWA za projekt *Povratak dobroj strani kruha* u kategoriji dugoročne učinkovitosti. Dodijeljene su i brojne srebrne i brončane nagrade projektima koji su se istaknuli učinkovitošću tržišne komunikacije i konkretnim poslovnim rezultatima.

Posebnu pažnju publike privukao je Jürgen Schmidhuber, jedan od pionira moderne umjetne inteligencije, koji je u predavanju *Modern AI and the Future of the Universe* govorio o stvarnim mogućnostima i ograničenjima umjetne inteligencije, upozorivši na razliku između onoga što AI zaista jest i percepcije koju javnost o njoj stvara.

O važnosti jasnog pozicioniranja brendova govorila je Julie Supan, strateginja koja je sudjelovala u razvoju brendova poput YouTubea, Airbnba i Discorda. Kroz konkretne primjere pokazala je kako uspješni brendovi opstaju zahvaljujući jasno definiranoj ulozi i dosljednim odlukama, a ne samo kreativnim idejama.

Program je donio i niz praktičnih primjera komunikacijskih uspjeha. Projekt *The Wedding That Beat Titanic* predstavio je kako je regionalni film *Svadba* prerastao lokalni kontekst i postao fenomen koji je nadmašio gledanost Titanica u više zemalja regije.

O utjecaju umjetne inteligencije na svakodnevnu komunikaciju govorili su Boris Šurija i Andrijana Mušura Gabor u predavanju *The Psychology of AI*, gdje su objasnili kako način postavljanja zadataka AI sustavima izravno utječe na kvalitetu generiranog sadržaja te zašto mnogi AI outputi zvuče predvidljivo.

Festival je zaključen raspravom o ulozi radija u digitalnom dobu, u kojoj su sudionici istaknuli da audio mediji, unatoč dominaciji vizualnih platformi, i dalje imaju snažnu povezanost s publikom i svakodnevnim navikama slušatelja.

Profitiraj.hr press