



POP AI STUDENT AWARD 2025 **ocenila nejlepší studentské nápady v in-store komunikaci**

Soutěž **POP AI STUDENT AWARD** patří již téměř dvacet let úspěšným projektům spolupráce asociace POPAI CE s českými a slovenskými školami se zaměřením na marketingovou komunikaci. Propojuje studenty s reálnou praxí a nabízí jim možnost vytvořit návrhy nových in-store řešení a komunikačních kampaní na základě zadání od významných zadavatelů. Pro mladé kreativce tak představuje jedinečnou příležitost ukázat talent a získat cenné zkušenosti.

Každý ročník přináší svěží pohled a originální nápady mladých tvůrců – a 19. ročník nebyl výjimkou. Do soutěže se letos zapojilo více než 70 studentských prací a porota opět neměla jednoduchou úlohu vybrat vítěze napříč třemi kategoriemi.

Soutěž tradičně vzniká ve spolupráci s významnými partnery. Pro tento ročník jimi byly společnosti **Coca-Cola HBC Česko a Slovensko** (kategorie Návrh In-store komunikační kampaně), **Pivovary Staropramen** (Grafický 2D návrh) a **Perfetti Van Melle Czech Republic** (Design POP materiálu).

V kategorii **Grafický 2D návrh** na základě briefu společnosti Pivovary Staropramen, zvítězila práce „**Výčepní 2026**“ od **Veroniky Roubalové** z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Porotu v této kategorii zaujaly také další návrhy. **Cenu za kreativitu** získala **Viktorie Grusová** ze Střední školy vizuální tvorby v Hradci Králové za svou soutěžní práci „**Staropramen – Král výčepu**“. **Cenu sympatie** si odnesla **Karolína Princová** z Vysoké školy kreativní komunikace za návrh „**Výčepní 2025 – Pivo podle plánu**“.

V kategorii **Design POP materiálu**, připravené ve spolupráci se společností Perfetti Van Melle Czech Republic, porota udělila **první místo práci „Chupa Chups“**, jejíž autorkou je **Sabina Juřenová** z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Ocenění v podobě **Ceny kreativity** získala práce „**LoliPlay**“ od **Kateřiny Vašicové**, rovněž z Fakulty multimediálních komunikací UTB Zlín. **Cenu sympatie** si v této kategorii odnesla **Julie Kadaňková** ze Střední umělecké školy Ostrava za svůj návrh „**Wheel of Fortune**“.

V kategorii **In-store komunikační kampaň** dle zadání společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko se na **prvním místě umístila práce „Cherry on top“**, jejíž autorkou je **Anna Darebníčková** z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Ocenění byla předána v rámci programu **POP AI DAY 2025**, který se uskutečnil 27. listopadu 2025 v pražském kongresovém centru O2 universum. Letošní ročník soutěže znovu potvrdil, že mladí tvůrci přinášejí do oboru marketingové komunikace odvahu experimentovat a přicházet s řešeními, která inspirují profesionály i zadavatele.