POPAI AWARDS 2026: Více než 160 projektů představilo špičku retailových inovací v našem regionu

Osmnáctý ročník soutěže **POPAI AWARDS 2026** potvrdil, že česká retailová komunikace prožívá mimořádně dynamické období. Do nejvýznamnějšího oborového klání v našem regionu se přihlásilo více než 160 projektů, které představily to nejzajímavější z oblasti kreativity, inovací a efektivní komunikace v místě prodeje. Výrazný zájem soutěžících i vysoká úroveň přihlášených realizací jsou jasným důkazem vitality oboru, jeho potenciálu a rostoucí prestiže samotné soutěže.

POPAI AWARDS není jen přehlídkou nejlepších realizací, ale také důležitou branou k mezinárodnímu uznání. Úspěšné projekty získávají příležitost poměřit své kvality s evropskou i světovou konkurencí v prestižních soutěžích Shop! AWARDS Paris a Shop! Global Awards. Soutěž tak dlouhodobě propojuje domácí kreativní scénu s mezinárodním prostředím a pomáhá zviditelňovat inovace a talent za hranicemi.

Letošní soutěžní expozice nabídla v rámci 20 kategorií inspirativní průřez současným retailem – od originálních POP médií a inovativních řešení obchodních interiérů přes komplexní store koncepty a udržitelné realizace až po digitální komunikaci a integrované kampaně.

Odborné hodnocení bylo v rukou respektovaných odborníků a významných osobností českého a slovenského retailového trhu, kteří svými zkušenostmi a profesní erudicí garantovali vysokou úroveň soutěže. Projekty porota hodnotila ve dvou kolech. Letošní ročník navíc přinesl další inovace v systému hodnocení i organizaci soutěže. Letošní ročník navíc přinesl další inovace v systému hodnocení i organizaci soutěže.

Soutěžní expozice se stala jedním z hlavních zdrojů inspirace pro účastníky prestižní oborové události **POPAI DAY 2026**, která se uskutečnila 19. listopadu v pražském O2 universu. Právě během slavnostního galavečera byly vyhlášeny výsledky letošního ročníku a odhalena jména těch, jejichž projekty letos nejvíce zaujaly odbornou porotu i širokou veřejnost.

Absolutním vítězem letošního ročníku soutěže se stal projekt Shop-in-shop Diplomático od společnosti DAGO s.r.o., který byl vytvořen pro společnost **Brown-Forman Czechia, s.r.o.** Koncept tohoto nepřehlédnutelného POP média využívá scénografické řešení, jehož hlavním úkolem je představit novou komunikační a vizuální podobu značky přímo v prostředí prodejny. Dominantní ornamentální rám vytváří pomyslné jeviště pro produkt a společně s dekorativním zeleným patternem, černou konstrukcí a krémovými plochami buduje osobitý svět značky. Historické a dekorativní motivy přitom dostávají současnou prostorovou

podobu, která upoutá pozornost už na první pohled a dává vystavení vlastní charakter. Diplomático pracuje také s autentickými prvky, které bychom u tradičního POS neočekávali – 3D reliéfním zrcadlem, závěsem nebo servírovacím tácem. Dostatečné nasvícení pak nechává vyniknout samotný produkt a podporuje jeho prémiové vnímání. Tyto prvky společně vytvářejí atmosféru spojenou se světem Diplomático a jeho servírováním. Výsledkem je řešení, které novou identitu G E T A značky nejen vizuálně představuje, ale dává jí v retailu vlastní charakter a zážitek.

Odborná porota udělila **Cenu za kreativitu** společnosti **King Art POS .s.r.o.** za exponát **PREZENTÉR S DÁRKOVOU SADOU PRO NOVINKU - BOŽKOV NA PEČENÍ**. Tato novinka dostala pro své uvedení na trh dvě rozdílné, ale vizuálně propojené podoby. Obě krabice pracují s tradičně laděnou grafikou, která odkazuje na svět domácího pečení – jemné ornamenty, krémové tóny, mosazné detaily a lehce retro styl vytvářejí dojem staré poctivé trouby a zároveň dávají celé novince vlastní charakter. Dárková krabice je řešena jednodušeji, vysouvacím principem, a uvnitř ukrývá chňapku, vařečku a vykrajovátka na perníčky. Presentér jde ale ještě o krok dál a motiv trouby převádí téměř do skutečného objektu. Výsledkem jsou dva formáty, které nejen představují nový produkt, ale zároveň pomáhají vytvořit silnější příběh a podpořit jeho zalistování i samotný prodej.

Cenu publika získala společnost **Sittardia s. r.o.** za projekt **SIS Biatlon Májka,** který převádí svět televizního biatlonu do výrazného žlutého prodejního prostoru s dominantní prezentací značek Hamé a Májka. Koncept pracuje s motivem biatlonové střelnice, sklopnými srdci, sportovními prvky a postavou z kampaně. Hlavní produkt Májka je viditelný ze všech klíčových pohledů a doplňuje jej claim „Vezmi si zlatou Májku!“. Velký SIS vytváří průchozí prostor s produktovou částí a obslužným či aktivačním pultem, mini SIS přenáší stejný komunikační koncept do menší plochy tradičního trhu. Řešení podporuje dostupnost různých formátů Májky, dalších paštik Hamé a rybích pomazánek, zvyšuje viditelnost hero produktu a propojuje zážitek ze sportovních přenosů s místem nákupu. Celkem bylo realizováno 5 velkých a 6 mini vystavení. Cílem bylo podpořit 360° kampaň, posílit znalost a hodnotu značek Hamé a Májka, zvýšit prodej paštik a vytvořit zapamatovatelný impulz k nákupu.

Pro více informací o soutěži, oceněných projektech a dalších aktivitách kontaktujte:

popai@popai.cz
www.popai.cz