Dvacátý ročník POPAI STUDENT AWARD ocenil nové talenty in-store komunikace

Již dvě desetiletí dává soutěž **POPAI STUDENT AWARD** prostor mladým talentům, kteří přicházejí s novými pohledy na marketingovou komunikaci v místě prodeje. Projekt organizovaný asociací POPAI CE ve spolupráci s českými a slovenskými vysokými a středními školami propojuje akademické prostředí s reálným světem marketingu. Studentům umožňuje pracovat na konkrétních zadáních od významných společností, rozvíjet vlastní kreativitu a přetvářet své nápady v originální návrhy in-store řešení a komunikačních kampaní.

Ani jubilejní 20. ročník nezklamal a potvrdil, že mladé generaci nechybí kreativita, odvaha ani schopnost přicházet s neotřelými řešeními. Do letošního ročníku se přihlásilo téměř 90 studentských projektů. Odborná porota tak měla nelehký úkol vybrat ty nejlepší napříč třemi soutěžními kategoriemi.

Také letos se na soutěži podílely významné společnosti, které připravily konkrétní zadání pro jednotlivé kategorie. Partnery 20. ročníku byly **VAFO Praha** (Návrh in-store komunikační kampaně), **Pivovary Staropramen** (Grafický 2D návrh) a **Mattoni 1873** (Design POP materiálu).

V kategorii **Grafický 2D návrh**, připravené na základě briefu společnosti Pivovary Staropramen, zvítězil projekt **„Na zdraví, Smíchove – Přes ulici i přes století“**, jehož autorkami jsou Karolína Princová a Kateřina Fikarová z Vysoké školy kreativní komunikace. Porotu však zaujaly i další soutěžní práce. **Cenu za kreativitu** získal Matúš Krajný z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně za návrh **„Staropramen – Šli jsme na jedno, pak to doděláme“**. **Cenu sympatie** si odnesl Matúš Nolan Willems, rovněž z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, a to za práci **„Staropramen – Pivo ožilo“**.

V kategorii **Design POP materiálu**, realizované ve spolupráci se společností Mattoni 1873, udělila porota první místo návrhu **„Mattoni POP AI STUDENT AWARD“**, jehož autorkou je Vanesa Kampfová z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. **Cenu za kreativitu** si odnesla Alena Mrózková ze Střední umělecké školy Ostrava za práci **„Glowbu“**. **Cenu sympatie** porota udělila projektu **„Mattoni Mocktail bar“**, který společně připravili Milan Ščibráni, Lukáš Štefek a Ondřej Melecký z Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava.

V kategorii **In-store komunikační kampaň**, vyhlášené na základě zadání společnosti **VAFO Praha**, se na prvním místě umístil projekt **„A co pro mě?“**. Jeho autorkami jsou Anna Darebníčková a Barbora Hanoldová z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Slavnostní předání ocenění se uskutečnilo v rámci programu **POPAI DAY 2026**, který proběhl 19. listopadu 2026 v pražském kongresovém centru O2 universum. Letošní ročník soutěže opět ukázal, že nastupující generace kreativců přináší do světa marketingové komunikace svěží perspektivu, odvahu experimentovat a schopnost přicházet s originálními řešeními. Ta mohou být inspirací nejen pro odbornou veřejnost, ale také pro samotné zadavatele.

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

popai@popai.cz
www.popai.cz