

Zlatý středník zná své vítěze. Projektem roku je Svoboda nás spojuje, nejlepší agenturou se stala MSL Czech Republic, osobností PR je Michaela Studená, talentem Daniel Drake.

12.9.2025 - | Asociace strategické komunikace a vztahů s veřejností, z. s.

Soutěž Zlatý středník zná vítěze 23. ročníku.



Iniciativa „Díky, že můžem“ s projektem „Svoboda nás spojuje“ je oceněná jako Projekt roku, nově udělenou Grand Prix za Odpovědnou komunikaci získali Konsent, Magistrát hl. m. Prahy a Pražská integrovaná doprava za kampaň „Obtěžování do MHD* nepatří“. Mezi nejúspěšnější patří agentura MSL Czech Republic, která obdržela Grand Prix pro Nejlepší agenturu. Cenu za Měření efektivity si odnesl projekt „Vražedná efektivita“ od Vražedné psyché a PS:Digital. Titul Osobnost PR patří Michaela Studené z iniciativy Pod svícem, Talentem roku se stal Daniel Drake z Ministerstva zahraničních věcí. Výsledky byly vyhlášeny na slavnostním galavečeru v Empire Hall v Praze, který každoročně pořádá profesní organizace ASCOPA.

Kdo uspěl v jednotlivých kategoriích?

V nejobsazovanější kategorii **Společenská odpovědnost, udržitelnost a ESG** si první místo odnáší české a slovenské Tesco s projektem „Menštruačné šaty“.

Česká filharmonie byla úspěšná hned ve třech hlavních kategoriích – **Audio a video**

prezentace, Integrovaná kampaň a Struktura, obsah a storytelling, vždy s projektem „Nezapomeňte“.

V kategorii **Kreativní idea** porotu nejvíce zaujal projekt „Nenasaditelný prsten“, který vznikl ve spolupráci iniciativy Jsme fér, MSL Czech Republic a Leo Burnett.

V oblasti **Eventů** zabodoval tým Apropos Jičín s kampaní „Zaseli jsme péči a sklídili 800 000 Kč“.

Vítězství v kategorii **Interní komunikace a employee engagement** si zajistila Česká spořitelna ve spolupráci s agenturami JuiceUP a Webout You za „Personalizovanou video pozvánku k 200. výročí“.

V kategorii **Launch, relaunch a rebranding** si prvenství připsala Partners Banka společně s Konektor PR za projekt „Vstup Partners Banky na trh“.

Ocenění v kategorii **Využití sociálních sítí a influencer marketing** náleží projektu „Influendcérky“ od Orange a Made by Vaculik.

V kategorii **Podcast** si vítězství odnesla série „Hovorme o tom“ od Henkel Slovensko a Seesame.

Kategorii **Nízký rozpočet a efektivita** ovládl projekt „Absurdní kampaň proti absurdní výchově – Vypráskaná výchova“, realizovaný Centrem Locika ve spolupráci s MSL Czech Republic a Saatchi & Saatchi.

V nové kategorii **Regiony** uspěl projekt „To za nás nebylo“, za kterým stojí Vzdělávací institut pro Moravu a B tým.

Porotu v kategorii **Krizová komunikace, komunikace změny a public affairs** nejvíce oslovil projekt „Povodně 2024“ Ministerstva vnitra.

Vítězem kategorie **Webové stránky** se stala „Digitální křižovatka“ od Coca-Cola HBC Česko a Slovensko.

Zlato za **Mobilní aplikaci a inovaci** putuje do organizace Nepanikař za stejnojmennou aplikaci.

V kategorii **Elektronický časopis, blog a newsletter** zvítězil redesign blogu „Jídlo a radost“ v produkci Ambiente a A+Manual.

Nejlepším **Interním tištěným časopisem a novinami** se stal titul „Ranvej“ z dílny Aero Vodochody Aerospace a Boomerang Communication.

Cenu za nejlepší **Externí tištěný časopis a noviny** si odnáší „EduRevue“ od Národního pedagogického institutu České republiky.

Výroční zprávy nejlépe zpracovalo Národní divadlo, zatímco v kategorii **Brožura, ročenka a katalog** byl oceněn „Magazín Odvaha“ od Nadace PPF.

Přihlášené projekty letos hodnotilo celkem 18 porot, v nichž zasedlo 141 profesionálů z oblasti public relations, marketingu a audiovizí.

Kompletní výsledky včetně výherců v **oborových kategoriích** jsou [dostupné zde](#).

ASCOPA udělila šest ocenění Grand Prix

Součástí galavečera soutěže Zlatý středník je každý rok také předání ocenění Grand Prix těm nejlepším v oboru, a to v kategoriích Osobnost PR, Talent, Projekt roku, Nejlepší agentura, Měření efektivity a nově i Odpovědná komunikace.

„Letošní ročník Zlatého středníku znovu ukázal, jak obrovskou sílu má kvalitní komunikace. Nejde jen o to, jak pomáhá firmám a značkám uspět, ale jak dokáže otevírat důležitá témata, inspirovat a spojovat lidi. Projekt ‚Svoboda nás spojuje‘ připomněl, že svoboda je stále hodnotou, která nás drží pohromadě i po 35 letech od sametové revoluce. Michaela Studená a Daniel Drake jsou důkazem, že když se člověk nebojí jít s kůží na trh a komunikovat citlivé věci s odvahou, může to mít skutečný dopad. A MSL Czech Republic jako Nejlepší agentura nastavila laťku kvality opravdu vysoko. Mám velkou radost, že Zlatý středník oceňuje nejen špičkovou práci, ale i komunikaci, která má přesah a pomáhá kultivovat celý obor,“ říká **Jitka Němečková**, členka Výkonného výboru ASCOPA, která má soutěž na starosti.

Ocenění **Nejlepší agentura** získal tým **MSL Czech Republic**, který je součástí komunikační skupiny Publicis Groupe. Agentura působí na českém trhu od roku 2018, kdy vznikla spojením agentury Kindred (dříve Inspiro Solutions) a PR týmů Publicis Groupe. Agenturu vede Radek Vítek, který v loňském roce získal titul Osobnost PR.

Projektem roku se stal projekt „**Svoboda nás spojuje**“ iniciativy Díky, že můžem. Kampaň připomněla 35 let od sametové revoluce a ukázala, že svoboda zůstává hodnotou, která v rozdělené společnosti spojuje napříč generacemi. Zapojila firmy, neziskové organizace, influencery i veřejnost jak online, tak v reálném prostoru.

Ocenění **Grand Prix za odpovědnou komunikaci** získala kampaň „Obtěžování do MHD* nepatří“, kterou vytvořil Konsent společně s Magistrátem hl. m. Prahy a Pražskou integrovanou dopravou. Kampaň otevřela celospolečenskou debatu o obtěžování ve veřejné dopravě.

Grand Prix za měření efektivity si odnesla crowdfundingová kampaň „Vražedná efektivita“. Spojila svět true crime podcastu a deskové hry s autentickými reakcemi influencerů z escape roomu. Výsledkem byla nejúspěšnější kampaň v historii platformy Startlab – s rozpočtem 3 000 € vybrala přes 110 000 €. Za nápadem stojí tým Vražedné psyché a agentura PS:Digital.

Cenu Grand Prix Talent převzal **Daniel Drake**, tiskový mluvčí Ministerstva zahraničních věcí, za profesionální přístup ke strategické komunikaci státu v citlivém mezinárodním kontextu. V krizových situacích dokáže pracovat s předstihem a nastavovat informační rámec tak, aby média i veřejnost získaly včasné a srozumitelné informace. Systematicky buduje obsah na sociálních sítích MZV i ministra, podílí se na tvorbě scénářů pro klíčové události a aktivně reaguje na dezinformační narativy. K výrazným výstupům jeho práce patří například projekt Prokremelské pohádky nebo informační kampaň k aplikaci DROZD.

Ocenění **Osobnost PR** získala v letošním roce **Michaela Studená** za mimořádný přínos v prosazování zásadních společenských témat prostřednictvím komunikace. Je spoluautorkou iniciativy a také podcastu Pod svícem, který otevírá veřejnou debatu o domácím a sexualizovaném násilí. Aktivně se podílí na legislativních změnách v této oblasti. Díky její práci byl v Poslanecké sněmovně schválen návrh na zavedení tzv. Dětského certifikátu. Spolu s dalšími odborníky přispěla také k prosazení novely, jež redefinuje trestný čin znásilnění.

Mezi partnery soutěže patří Mediaboard, AMI Communications, Mediální skupina A11, Seyfor, [Macek.Legal](#), Empire Hall, Fleksi, Visit Portugal, České dráhy, Coca-Cola HBC, Plzeňský Prazdroj, Bohemia Sekt, Smilebox, It's Happening, Flow a Komunikační experti. Mediálními partnery soutěže jsou Forbes, Marketing & Media, CNN Prima News a [Newstream.cz](#).

Více informací o soutěži najdete na www.zlatystrednik.cz.

O Empire Hall

V Empire Hall zažijete jedinečnou atmosféru doby, jejímž zosobněním byl slavný Great Gatsby. S více než 1600 m² nádherných prostor v historickém Slovanském domě nabízí Empire Hall perfektní místo pro galavečeře, svatby, konference, společenské akce či firemní setkání. Tým zkušených profesionálů zajistí, aby vaše akce proběhla hladce, a bude věnovat pozornost všem jejím detailům.