Zlatému středníku dominují eventy, ESG i integrované kampaně

*Praha, 19. května 2025*

**Největší česko-slovenská soutěž hodnotící komunikační projekty a firemní média Zlatý středník uzavřela přihlášky do svého 23. ročníku. Největší zájem měli přihlašovatelé o tři oblasti, které odrážejí aktuální trendy v komunikaci značek a organizací: eventy, společenská odpovědnost, udržitelnost a ESG a integrované kampaně. Celkem 642 přihlášek ohodnotí v příštích týdnech téměř 150 porotců.**

Nejvýraznější nárůst pozornosti zaznamenaly eventy, zájem o ně roste napříč trhem. Po éře, kdy dominovaly projekty v online prostředí, se živé akce znovu stávají důležitým prvkem komunikačních strategií. Nabízejí autentický kontakt a intenzivní zážitek, což otevírá prostor pro posilování vztahů a budování důvěry se stakeholdery. Firmy čím dál častěji využívají eventy nejen jako doplněk kampaní, ale jako jejich hlavní nosič. „Značky si znovu uvědomují, že nic nenahradí osobní prožitek. Lidé chtějí věřit tomu, co vidí na vlastní oči, co si zažijí. A právě to je síla dobrého eventu,“ komentuje **Jitka Němečková**, členka Výkonného výboru ASCOPA, která má za soutěž zodpovědnost. Odráží se to i v soutěžní kategorii Event, která letos přilákala 40 přihlášek.

Nejobsazovanější je i letos kategorie společenské odpovědnosti, udržitelnosti a ESG. Firmy si stále více uvědomují, že reputaci lze budovat jen díky konzistentním hodnotám a naplňování závazků vůči společnosti. Kategorie Společenská odpovědnost, udržitelnost a ESG tak eviduje nejvyšší počet přihlášek v letošním Zlatém středníku – 47.

Sílí i význam integrovaných kampaní, které odrážejí potřebu propojovat obsah, kanály a kontexty do jednoho smysluplného celku. Integrovaná kampaň patří mezi nejkonkurenceschopnější kategorie letošního ročníku s 38 přihlášenými projekty. „Do letošního ročníku bylo zasláno 642 přihlášek, což představuje meziroční nárůst o 5,3 % oproti loňským 610 přihláškám. Zlatý středník se koná už šestým rokem i na Slovensku, navíc letos soutěž eviduje 120 slovenských přihlášek,“ shrnuje **Michaela Pišiová**, výkonná ředitelka ASCOPA.

Soutěžní projekty bude hodnotit celkem 18 porot složených z téměř 150 profesionálů z oblasti PR, public affairs, marketingu a komunikace. Hodnotitelé kladou důraz nejen na kreativitu, ale i na strategii, výsledky a dopad jednotlivých projektů na značky.

Slavnostní vyhlášení vítězů 23. ročníku Zlatého středníku se uskuteční 11. září 2025 v pražské Empire Hall ve Slovanské domě.

Více informací o soutěži najdete na [www.zlatystrednik.cz](http://www.zlatystrednik.cz).

**O ASCOPA**

[ASCOPA](http://www.prklub.cz) je největší profesní asociací public relations a komunikace v České republice. S hrdostí navazuje na dlouholetou práci PR Klubu a pokračuje v jeho misi posilovat pozici oboru a zvyšovat vliv PR profesionálů ve strategickém vedení firem a organizací. Jejími členy jsou jak uznávaní PR odborníci, tak začínající komunikátoři. V rámci institucionálního členství sdružuje firmy, komunikační agentury a veřejné i neziskové organizace. Podílí se na rozhodování v mezinárodní asociaci Global Alliance for Public Relations and Communication Management. Pořádá největší komunikační soutěž v České republice a na Slovensku Zlatý středník a profesní ocenění Mluvčí roku. Sledovat aktivity asociace můžete na sítích [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/ascopacz/) a [Facebook](https://www.facebook.com/ASCOPACZ).

**Kontakt**

Michaela Pišiová, výkonná ředitelka ASCOPA, reditelka@ascopa.cz, +420 777 955 918