

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

ARCHITEKTI 2

Klient:

-

Agentura / Přihlašovatel:

Premium Media Group a. s.

Spolupracující agentura / subjekt:

Architect plus, s. r. o.

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.2 Firemní publikace – jednorázové

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Kontaktní osoba:

Jméno: Tereza Kotěšovská

Firma/organizace: Premium Media Group, a. s.

**Stručné shrnutí projektu:**

Kniha ARCHITEKTI 2 přináší unikátní pohled do světa českých a v Česku tvořících architektů a architektek. Publikace přibližuje pozadí vzniku mnoha inspirativních staveb nejen na území České republiky. Autorský tým Matej Šišolák a Bibiana Beňová poskytuje hluboký a netradiční vhled do inspirací a motivací současných tuzemských tvůrců – inspirace, motivace i osobitý přístup ke každodenní praxi a představuje tak zcela unikátní nástroj pro jejich nenásilnou PR komunikaci.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Kniha o architektuře (téměř) bez architektury. Deset příběhů architektů a architektonických studií, jak je neznáte. Kdo jsou ti, co významným způsobem ovlivňují náš každodenní život, ať už v rovině interiérů, či rodinných domů, přes tvarování krajiny až po návrhy celých měst? Co je zajímavé, čím žijí a jak se jejich touhy propisují do jejich tvorby? Kniha otevírá dveře do duší českých architektů několika generací, aby umožnila pochopit krásu i úskalí oboru a zjistila, zda opravdu všichni architekti nosí pouze černou.

Cílovou skupinu tvoří developéři, ale i široká veřejnost se zájmem o architekturu, tedy potenciální klienti zúčastněných studií.

**Strategie:**

Kniha ARCHITEKTI 2 nabízí odlišný pohled na významné reprezentanty současného stavebního umění: důkladně analyzuje samotné tvůrce – jejich pozadí a pracovní i rodinné zázemí, tvůrčí atmosféru, zdroje inspirace. Živé portréty architektů jsou představeny formou příběhů, rozhovorů, fotografií, které nemusí primárně souviset s architekturou. Publikace představuje špičkové domácí tvůrce nejen jako umělce, ale jako skutečné komplexní osobnosti veřejného života a tím přirozeně zdůrazňuje potenciálním klientům jejich kvalitu a přidanou hodnotu.

**Nástroje a aktivity:**

Základem pro publikaci jsou hloubkové rozhovory s protagonisty, jejich sledování v přirozeném – pracovním i nepracovním prostředí. Výsledná forma je pak vyprávěním architektů a architektek, příběh jejich tvorby a života, sonda do způsobu, jakým uvažují nejen v rámci oboru – co je formuje, baví i provokuje. Kniha je následně nabízena distribučními cestami PMG cíleně na 60 000 nejbohatších osob v České republice a tím představuje ideální PR a marketingovou platformu pro zúčastněná studia.

**Výsledky:**

Kniha je nejen poutavým čtením, jehož forma je v české architektonické publicistice pořád do značné míry unikátní, nicméně skvěle slouží i jako součást komunikační strategie jednotlivých protagonistů. Od uvedení na trh se prodalo 80% nákladu.

**Weblinky:**

<https://drive.google.com/file/d/1rehgxf-I9CdTdhcLLViod-ZQACla4Z5/view?usp=sharing>