

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

České pivo do českého skla!

Klient:

Ambiente

Agentura / Přihlašovatel:

Readmanual

Spolupracující agentura / subjekt:

UMPRUM, Bomma, HDHD

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Šárka Hamanová

Firma/organizace: Ambiente

**Stručné shrnutí projektu:**

Ambiente se studenty UMPRUM a sklárnou Bomma vrátilo po 20 letech české pivo do českého skla. Projekt zaměřený na kultivaci pивní kultury a propojování gastronomie s uměním překonal ekonomické i vztahové bariéry. Výsledkem je produkt ověřený na stovkách hostů, silná mediální odezva a návrat křišťálových půllitrů do hospod.

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

Lisované půllitry české výroby vymizely před více než 20 lety. Pivo se podávalo v pivovarském brandovaném skle z Asie. Cílem bylo uvést na trh český křišťál ověřený výzkumem, nadchnout výčepní a informovat veřejnost o příběhu skla vzniklého ve spolupráci s UMPRUM a Bommou.

Cílové skupiny: hosté Ambiente, výčepní a provozní týmy (interně), fanoušci designu a gastronomie, média.

**Strategie a kreativa:**

Kulturní iniciativa, ne produktová kampaň — příběh na průsečíku studentského designu, sklářského řemesla a gastronomie. Dvě fáze: interní (jaro-podzim 2025) — nejdřív výčepní, pak hosté, protože bez jejich přijetí by změna nefungovala. Externí (prosinec 2025 - únor 2026) — plná komunikace po ověření v provozu. Storytelling stavěl na konkrétních lidech: studentech, sklářích a výčepních.

**Nástroje a aktivity:**

Interní komunikace: noviny, newsletter a Instagram Morek průběžně informovaly výčepní a zaměstnance o vývoji skla.

Newsletters: Ambiente 13 361 příjemců (OR 65 %), Štamgast 2 498 (OR 52 %), Jídlo a radost e-shop 1 282 (OR 58 %).

Event UMPRUM (9. 12. 2025): premiéra videa, výčep Institutu PIVO, výstava studentských návrhů. 100+ hostů, náklady 200 000 Kč.

PR: exkluzivita pro Seznamzprávy.cz, poté databáze 60+ kontaktů.

Sociální sítě: komunikace od srpna 2025, hlavní video den po eventu, série Zpátky ve formě na profilech Ambiente i restaurací.

Blog Jídlo a radost: 4 články. E-shop: 300 půllitrů (900 Kč/ks), trička, tašky.

**Výsledky:**

Vývoj trval přes dva roky. 10. 12. distribuováno 4 000 půllitrů do pěti podniků Ambiente.

PR: 25 autorských článků, 72 zmínek, mediální hodnota 319 252 Kč (A+Manual index) — bez placené inzerce.

Sociální sítě: hlavní video 68 730 zhlédnutí (64 % noví diváci, watch time 3+ dny); série Zpátky ve formě 45 932 / 46 721 / 29 552 zhlédnutí.

Prodej: 226 z 300 půllitrů za 900 Kč/ks bez výkonnostní reklamy. Hosté mohli půllitr strčit pod kabát — místo toho si ho kupovali.

Výzkum NMS (827 hostů, desítky výčepních): znalost příběhu přímo zvyšuje hodnocení — Lokál 7,9 vs. 7,6 u neznalých; Ambiente 6,9 vs. 5,8.

Prazdroj se na základě veřejné odezvy rozhodl projekt podpořit — navýšení výroby, snížení nákladů, udržitelnost projektu.

**Weblinky:**

<https://docs.google.com/presentation/d/1JUMWNNbx92JW15JPuJOMdlepn5QtNXiZ/edit?slide=id.p2#slide=id.p2>,