
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Kniha La Degustation Bohême Bourgeoise

Klient:

Ambiente

Agentura / Přihlašovatel:

Ambiente

Spolupracující agentura / subjekt:

A+Manual, Studio Najbrt, Došel Karamel

Individuální kredity:

Zuzana Lednická, grafička, Studio Najbrt

Adéla Hálková, Došel Karamel

Anna Kolářová, PR manažerka, A+Manual

Šárka Hamanová, projektové vedení, A+Manual

Blanka Datinská, spisovatelka, Ambiente

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: Šárka Hamanová

Firma/organizace: Ambiente

Stručné shrnutí projektu:

Ambiente vydalo dokumentární publikaci o La Degustation Bohême Bourgeoise — první knihu svého druhu v české gastronomii. Místo kuchařky vznikl portrét instituce, která formovala generace kuchařů. Kniha propojuje osobní výpovědi, archivní materiály a recepty ve zpracování Studia Najbrt.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vliv LDBB na českou gastronomii nebyl systematicky zachycen ani komunikován. Cílem bylo vytvořit dlouhodobý artefakt — ne PR aktivitu — který ukotví LDBB jako instituci formující českou gastronomii a zachytí generační přenos know-how.

Cílové skupiny: hosté restaurace, gastronomická komunita, kulturní veřejnost, zahraniční hosté a novináři (anglická mutace).

Strategie a kreativa:

Tři pilíře: formát odpovídající ambici — dokumentární publikace místo kuchařky; autenticita — autorka Blanka Datinská pracovala přímo v provozu, vedla desítky rozhovorů; fyzická podoba jako součást sdělení — Studio Najbrt propalo identitu restaurace do materiálu i vizuálního jazyka. Anglická mutace přidala zahraniční dimenzi.

Nástroje a aktivity:

Předprodej (září 2025): Book Therapy, s podpisem autorky, šéfkuchaře a limitovaným fotografickým printem. 200 kusů vyprodáno během dnů.

Křest (říjen 2025): Book Therapy, Praha. Uvedení na Slovensku (listopad 2025): Brot Books Deli, Bratislava.

Vlastní kanály: blog Jídlo a radost, sociální sítě, newslettery. Série videí „Co jsem se v LDBB naučil“ — osobnosti české gastronomie sdílely zkušenosti z práce v restauraci.

Zahraniční komunikace: anglická mutace využívána při komunikaci s hosty, novináři a institucemi včetně Prague City Tourism.

Výsledky:

Prodej: 200 kusů předprodeje vyprodáno během dnů, více než polovina českého nákladu (450 ks) prodána před křtem — bez placené podpory. Při ceně 1 690 Kč a nákladech 1,1 milionu Kč projekt směřuje k pokrytí investice.

Mediální dosah: 27 výstupů, celkový dosah 2 881 071 lidí (Mediaboard) v gastronomických, lifestyleových i kulturních médiích — bez placené inzerce.

Katalyzační efekt: projekt odstartoval nakladatelskou činnost Ambiente. Autorka zahájila výzkum ke knize o restauracích Lokál.

Přesah: kniha vznikala souběžně se vznikem spolku Nová česká — platformy 150 gastronomických profesionálů usilujících o kultivaci české kuchyně.

LDBB tak není jen výstupem jedné restaurace, ale součástí širšího hnutí vnímajícího českou gastronomii jako kulturní identitu hodnou dokumentace.

Weblinky:

https://docs.google.com/presentation/d/1GO8TZHZXUbHMOAIMIAGYiO9MxEI10hnk7WMiiFS74ig/edit?slide=id.g386dd8af46f_0_0#slide=id.g386dd8af46f_0_0, <https://www.jidloaradost.shop/kniha-la-degustation/>