**Internetowe przepisy w książkowym wydaniu. Znany twórca debiutuje z książką kulinarną**

**Twórca kulinarny Jakub Przeździecki zadebiutował jako autor książki. „Coomfort Food” to przykład wykorzystania potencjału zasięgu online do stworzenia produktu offline. Publikacja autorstwa Coocharza ukazała się nakładem wydawnictwa Pascal, a za wsparcie twórcy na wszystkich etapach odpowiada agencja Rokmates.**

**Od przepisów wideo do własnej książki**

W poniedziałek 21 maja na rynek oficjalnie trafiła książka „Coomfort Food” Jakuba Przeździeckiego. To popularny twórca kulinarny, znany w internecie jako Coocharz. Jest m.in. zwycięzcą Influencers LIVE Awards 2024 w kategorii Food & Cook. Jego profile w mediach społecznościowych mają ponad milion obserwacji (ponad 550 tys. obserwujących na TikToku, ponad 300 tys. na Instagramie i ponad 250 tys. subskrybentów na YouTubie). Premiera książki miała miejsce w środę 21 maja, a jej wydawcą jest Pascal. Kilka dni później, w poniedziałek 26 maja, w warszawskim SOUR Deli odbyło się premierowe spotkanie autorskie.

*– Najlepszym momentem, żeby coś zrobić, było „wczoraj”, a drugim jest „teraz”. Wydanie książki kulinarnej było moim marzeniem, odkąd zacząłem tworzyć treści w internecie i jestem dumny, że udało mi się je spełnić. Miałem kilka koncepcji na kierunek, w którym chciałem pójść przy doborze koncepcji i przepisów, ale doszedłem do wniosku, że comfort food to rodzaj posiłków, które najchętniej lubię przygotowywać i najlepiej wpasowują się one w gusta moich odbiorców –* mówi **Jakub „Coocharz” Przeździecki.**

**Nowy etap budowania marki osobistej**

Coomfort Food” to pierwsza autorska publikacja Jakuba Przeździeckiego w formie fizycznego produktu – będąca kolejnym etapem w rozwoju jego marki osobistej. Twórca, znany z aktywności w mediach społecznościowych i współprac z markami z sektora FMCG, rozszerza w ten sposób swoją obecność poza internetem. Książka wpisuje się w trend creator commerce, w ramach którego internetowi twórcy wykorzystują zasięgi i relacje z odbiorcami do wprowadzania własnych produktów na rynek konsumencki. Według danych Research Nester wartość rynku ekonomii twórców ma w 2025 roku osiągnąć 224,2 mld dolarów – wobec 189,74 mld dolarów w roku ubiegłym.

**Wsparcie agencji Rokmates**

Książka powstała we współpracy z wydawnictwem Pascal. Projekt wsparła również agencja influencer marketingu Rokmates. Za działania z jej strony odpowiadali Olaf Kuitkowski (Co-Founder), Krzysztof Żyła (Co-Founder), Artur Nalepko (Head of Influencer Management), Karolina Pałka (Influencer Managerka) oraz Wojciech Grzegorzyca (Senior Communications Manager). Przedstawiciele agencji koordynowali współpracę z wydawnictwem oraz współorganizowali premierowe spotkanie autorskie. Odpowiadali także za doradztwo kreatywne oraz wsparcie w realizacji działań komunikacyjnych związanych z premierą.

*– Największym wyzwaniem w procesie realizacji tego projektu było połączenie potrzeb i wizji twórcy z wymaganiami i oczekiwaniami wydawnictwa. „Coomfort Food” to świetny przykład tego, jak można przenieść markę osobistą twórcy do świata fizycznych produktów. Z mojego punktu widzenia to również dowód na to, jak wartościowe mogą być projekty oparte na zaufaniu i długofalowej współpracy –* mówi **Karolina Pałka, Influencer Managerka w Rokmates.**

**Przepis na content commerce**

Coomfort Food” to 224 strony przepisów, autorskich zdjęć i krótkich opowieści kulinarnych. Każdy rozdział – od śniadań po desery – oddaje styl Coocharza: comfort food bez spiny, ale z dużą porcją smaku i estetyki. Książka dostępna jest w największych księgarniach internetowych i stacjonarnych (m.in. Empik). Jej premiera została wsparta działaniami PR oraz aktywacją w mediach społecznościowych.