



TISKOVÁ ZPRÁVA  
23. března 2015

## Botanická zahrada Praha představila novou rozkvetlou vizuální identitu.

Od prosince minulého roku pracovala trojská botanická zahrada se Studiem Najbrt na nové vizuální identitě. Původní koncept, se kterým renomované studio zvítězilo ve výběrovém řízení na zhotovitele, se výrazně posunul a dostal svůj vlastní příběh.

Autorky vizuálního stylu Anna Divišová a Zuzana Lednická organické logo ve tvaru B spolu s kurátory zahrady složily z patnácti druhů rostlin, které každý návštěvník při troše pozornosti může v zahradě najít. Vektorové obrysy rostlin pak tvoří základ vizuálního stylu. Z pivoňek, orchidejí, kapradin, fialek a kosatců vystavěly i rastry charakteristické pro vstupenky, vizitky a další interní potřeby, ale i některé propagační materiály. Koniklec, konvalinka, blahovičnick, čemeřice nebo třeba ptačinec žabinec přecházejí v symboly merchandisingu, ale fungují například i jako piktogramy v mapě expozic.

*„Na rozmanitosti zahrady stavíme i princip kampaní – novou identitu už uvádí jarní B, složené ze sezónních rostlin, i s kořeny, přímo na hlíně... Těšíme se, jak se nadcházejícími ročními obdobími bude skladba přirozeně proměňovat. Málokdy se povede, aby identita takto rozkvetla,“* říkají designérky.

*„Nové logo jsme si nadělili k 45. výročí od založení instituce. Mám radost, že to takto dopadlo. S novým moderním vizuálním stylem se plně ztotožňuji, je veselý, barevný a hravý, stejně jako naše zahrada,“* vysvětluje ředitelka botanické zahrady Věra Bidlová.

*„Chtěla bych poděkovat Studiu Najbrt za velkou profesionalitu a nasazení se kterým pro zahradu pracovali. Dávali do toho srdce a myslím, že to je znát. Podařilo se nám sjednotit naše různorodé aktivity. Botanická zahrada má ve správě i historickou vinici, patří k ní i skleník Fata Morgana, což málokdo ví. Nová identita souzní s konceptem magické zahrady a dobře vystihuje její proměnlivost v různých ročních obdobích. Ať přijde návštěvník kdykoli, zahrada není nikdy stejná. Chtěli jsme na to poukázat a myslím si, že se to povedlo,“* říká náměstkyně pro marketing a PR Martina Kaderková.

Cesta zahrady k tomu, aby se stala moderní populárně-vzdělávací institucí 21. století není rozhodně u konce.

*„Před námi je ještě kus práce. V následujících měsících vyhlásíme výběrové řízení na novou webovou prezentaci. Změny se také dočká navigační systém uvnitř zahrady. Současně se snažíme o zkvalitnění návštěvnícké vybavenosti, aby byla zahrada ideálním místem k návštěvě v kterémkoliv roční období,“* doplňuje ředitelka zahrady.

Martina Kaderková  
Náměstkyně pro marketing a PR  
tel. 604 866 366  
martina.kaderkova@botanicka.cz