



## TISKOVÁ ZPRÁVA

13. ledna 2016

### **Květinové „Béčko“ trojské botanické zahrady je mezi 25 nejlepšími kampaněmi roku 2015**

**Jedenácté místo z 217 hodnocených kampaní roku 2015 získala botanická zahrada v Troji, a to díky nové vizuální identitě. Předběhla tak například nejvýraznější kampaň Fofola. Propagace s květinovým písmenem „B“ se projevila i na návštěvnosti, která během roku 2015 vzrostla. Úspěch přišel také v mezinárodní soutěži Tokyo TDC Annual Awards, do které se přihlásilo 2 800 děl z celého světa.**

*„Pro nás je to obrovský úspěch. Radost je o to větší, že kampaně hodnotili během celého roku odborníci. Získali jsme krásných 57 %, které nám přinesly jedenácté místo a jsme tak v nejlepší pětadvacítce. I na tomto umístění je vidět, že změna vizuální identity, kterou pro nás vytvořilo Studio Najbrt, byl krok správným směrem,“* vypráví s nadšením **Věra Bidlová, náměstkyně pro marketing a PR z trojské botanické zahrady.**

Kampaň s „Béčkem“ poslalo Studio Najbrt do Japonska, a to do mezinárodní soutěže Tokyo TDC Annual Awards. *„Přihlásilo se celkem 2 700 návrhů z celého světa. Naše kampaň byla vybraná do knihy, která se každoročně vydává,“* říká **Zuzana Lednická ze Studia Najbrt.**

#### **Kampaň zvýšila počet návštěvníků**

Povedená a svěží kampaň se projevila i na návštěvnosti zahrady. *„V loňském roce přišlo do zahrady přes 317 000 lidí, to je o 16 000 více než v roce 2014. Chceme, aby návštěvnost stále stoupala. Rádi bychom do roku 2020 měli okolo 400 000 návštěvníků ročně,“* hovoří o plánech botanické zahrady Bidlová.

#### **Pro více informací, prosím, kontaktujte:**

Lucie Herberová

PR Manager a tisková mluvčí

mobil: 605 234 282

e-mail: [lucie.herberova@botanicka.cz](mailto:lucie.herberova@botanicka.cz)