

Sever je přitažlivý. Centrála cestovního ruchu Libereckého kraje má novou vizuální identitu



23. 02. 2026 13:35

Centrála cestovního ruchu Libereckého kraje představuje novou vizuální identitu značky Northern Bohemia, která bude v následujících letech zastřešovat komunikaci regionu směrem k domácím i zahraničním návštěvníkům. Nová značka vychází z jednoduché, ale silné myšlenky: *Sever je přitažlivý*. Představovací video je dostupné [zde](#).

„Centrála cestovního ruchu má po roce fungování za sebou kus dobré práce. Prošla certifikací, má připravenou strategii, kterou okamžitě začala naplňovat. Cílí zejména na zahraniční návštěvníky, a to jak ze sousedních zemí, tak i vzdálenějších destinací. Nová vizuální identita je logickým krokem, který umožní profesionální prezentaci i po vizuální stránce“, říká Květa Vinklátová, náměstkyně pro kulturu a cestovní ruch Libereckého kraje.

Značka vznikla jako výsledek designérské soutěže, kterou CCRLK vyhlásila v září 2025. Osloveno bylo pět profesionálních studií, jejichž úkolem bylo vytvořit návrh nové vizuální koncepce destinace, včetně loga, typografie a grafických prvků, které budou organizaci dlouhodobě reprezentovat. Dne 9. prosince 2025 byly všechny návrhy prezentovány odborné porotě v sídle Agentury regionálního rozvoje v Liberci. Porota složená z nezávislých expertů i

zástupců vyhlášovatele po pečlivém hodnocení vybrala jako vítězný návrh řešení studia Bloomfield.

Nová identita Northern Bohemia pracuje s principem magnetismu – sever jako pól, který přirozeně přitahuje pozornost, energii i pohyb. Grafický systém staví na výrazné barevnosti, jasné typografii a silném vizuálním principu, který umožňuje dlouhodobé a konzistentní rozvíjení značky napříč všemi komunikačními kanály. Vizuální styl je navržen tak, aby byl sebevědomý, současný a snadno rozpoznatelný v domácím i mezinárodním prostředí.

„Vytvořili jsme vizuální systém, který neomylně ukazuje směr k severní části Česka. Pro turistickou destinační značku s mnoha zajímavými cíli, krásnou přírodou a bohatou průmyslovou i uměleckou minulostí je právě přitažlivost vystihujícím prvkem. Nový vizuál navíc dává prostor pro dlouhodobé kreativní využití a je zároveň velmi jednoduchý na používání a údržbu,“ doplňuje Vít Rýznar, CEO grafického studia Bloomfield.

Odborná porota u vítězného návrhu ocenila především velmi výrazný design systém a jasné definovanou barevnost. Zdůrazněna byla také velkorysost jednotlivých aplikací ve vztahu k tématu destinačních identit a schopnost systému fungovat v širokém spektru výstupů, od online komunikace přes tiskoviny až po prezentační materiály v zahraničí. Návrh podle poroty nejlépe naplnil představu zadavatele o silné a dlouhodobě udržitelné identitě, kterou lze dále rozvíjet.

Nová vizuální identita bude postupně implementována do všech komunikačních výstupů CCRLK, včetně digitálních kanálů, prezentačních materiálů, kampaní i partnerské komunikace. Cílem je sjednotit obraz regionu navenek a posílit jeho konkurenceschopnost na turistickém trhu, zejména ve vztahu k zahraničním trhům, kde značka Northern Bohemia jasně vymezuje geografickou i emoční pozici destinace.

„Věřím, že nová, svěží vizuální identita vystihuje hodnoty severních Čech a bude fungovat i pro oslovení zahraničních turistů. Těším se na všechny aplikace, zejména na podobu nového webu. Ale už i první tištěné materiály jsou velmi přesvědčující,“ doplňuje David Pastva, ředitel krajské centrály.

Značka Northern Bohemia tak otevírá novou kapitolu prezentace regionu, která stojí na sebevědomém vizuálním projevu a silném příběhu přitažlivosti severu.