**UEFA EUROPA LEAGUE MELUNCURKAN**

**IDENTITAS MEREK YANG LEBIH BERANI**

**Dalam rangka menyambut musim yang baru, UEFA Europa League akan menghadirkan identitas merek yang telah diperbarui. Penjenamaan (*branding*) ini akan tetap terinspirasi dari ikatan yang kuat antara para pemain dan penggemar, namun dengan lebih menekankan pada skala dan sifat dinamis dari kompetisi ini.**

Walaupun elemen kunci seperti logo dan warna tidak mengalami perubahan, wujud visual yang baru terlihat lebih berani. ’Energy wave‘, yang memvisualisasikan hubungan antara pemain dan penggemar, telah berubah menjadi bentuk linier yang secara visual menggarisbawahi perjalanan klub-klub di seluruh Eropa.

**Terinspirasi oleh piala**

’Energy wave‘ yang diperbarui mengambil unsur kunci dari piala UEFA Europa League dan membuatnya terlihat semakin nyata. Bentuk ini dibuat berdasarkan sisi-sisi piala yang berbentuk segitiga dan terbuat dari metal. Bentuk trofi yang memiliki sudut-sudut tajam juga memengaruhi struktur dan pergerakan "energy wave", mencerminkan naik turunnya perjalanan dari setiap klub dan para pendukung mereka di kancah UEFA Europa League.

**Guy-Laurent Epstein, UEFA Events SA Marketing Director:** “Identitas yang telah diperbarui ini memiliki ciri khas yang lebih berani daripada sebelumnya. Ini akan lebih menonjol dan membantu kami untuk bisa lebih dekat dengan para pendukung melalui berbagai titik sentuh.”

**Kepemilikan merek yang lebih baik**

’Energy wave‘ kini menjadi lebih ekspresif. Sehingga dapat memberikan, bersama dengan aset-aset penjenamaan inti lainnya, kesempatan yang lebih baik bagi UEFA dan para mitranya untuk memiliki merek ini secara lebih baik. Hal ini membantu setiap produk untuk dapat lebih dikenal dan mampu terhubung secara visual kepada para fans dan pemangku kepentingan lainnya dengan lebih baik lagi.

**Mendukung format digital**

Identitas merek yang telah mengalami peningkatan ini dibangun untuk mendukung format digital, *mobile* dan juga media sosial. Aset-aset terbaru membuat integrasi merek semakin mudah dan terukur (mulai dari penjenamaan ringan hingga penuh) pada permukaan dan alat yang lebih kecil. Semua aset-aset yang dapat bergerak telah diproduksi sesuai dengan keperluan siaran dengan kualitas *ultra-high definition*.

**Sistem desain yang fleksibel**

Penggunaan merek oleh berbagai pemangku kepentingan membutuhkan sistem penjenamaan yang lebih fleksibel untuk berbagai titik sentuh daring, *on-air* serta *off-air*. Bentuk-bentuk visual utama yang beragam memberikan ruang untuk dilakukannya lebih banyak variasi dan fleksibilitas penjenamaan namun tetap memerhatikan konsistensi tampilan secara keseluruhan. Sistem desain terbaru ini mendukung integrasi foto dan cuplikan video. Hal ini membuat para mitra dapat mengintegrasikan identitas mereka dan menciptakan asosiasi visual yang kuat antara mereka dan UEFA Europa League.

**Vincenzo Lagattolla, Creative Director, Sky Italia:** “Identitas yang baru ini bersifat dinamis dan mencerminkan UEFA Europa League dengan cara yang menarik.”

**Musik baru**

Sebuah lagu tema baru telah digarap untuk membakar semangat dan gairah malam-malam laga UEFA Europa League. Lagu tema UEFA Europa League menampilkan ekspresi kuat dan bersemangat, yang mampu mencerminkan kompetisi ini. Musik ini mengombinasikan unsur modern dan klasik, memberi penghormatan pada tradisi selagi menatap masa depan.

**Yong-Won (Bryan) Cho, Chief Marketing Officer, Kia Motors:** “Identitas merek baru ini memiliki kesan bersemangat dan berani. Paduan yang tepat dengan citra merek Kia dan ‘The Power to Surprise‘ yang menjadi slogan global.”

**Bola pertandingan resmi**

Identitas merek yang menghadirkan "energy wave", telah dipadukan ke dalam bola pertandingan resmi terbaru UEFA Europa League, yang disediakan oleh Molten. Desain ini mengekspresikan sifat dinamis dari kompetisi serta perjalanan klub-klub di seluruh Eropa.

**Tentang kompetisi**

UEFA Europa League adalah kompetisi untuk klub Eropa terbesar dalam hal geografis serta jumlah pertandingan. Dengan keanekaragaman yang dibawa oleh 48 klub peserta, kompetisi ini menjadi sangat dinamis, sulit untuk diprediksi dan penuh akan kejutan. UEFA Europa League sangatlah kompetitif. Para pemain dan fans akan bersama-sama menantang klub-klub yang telah lama dikenal, serta klub-klub yang baru muncul di kancah sepak bola Eropa. Semuanya akan tergambarkan melalui identitas merek yang baru.

Pencitraan ulang UEFA Europa League akan memberikan identitas unik bagi kompetisi ini, yang akan diterapkan pada berbagai macam bentuk promosi, dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik dari salah satu turnamen sepak bola klub Eropa yang paling bersejarah dan ditunggu-tunggu.

Identitas merek yang baru ini dikembangkan bersama UEFA *marketing partner*, TEAM Marketing dan agensi penjenamaan Turquoise (identitas visual) serta MassiveMusic (lagu tema).

Untuk informasi lebih lanjut mengenai identitas terbaru, kunjungi:

<http://uelbranding.uefa.com/>

Untuk mengunduh identitas merek terbaru, kunjungi:

<https://uefa.box.com/v/UEFAEuropaLeagueBranding>

atau

<https://uefa.newsmarket.com/>

Untuk pertanyaan lebih lanjut, silakan hubungi:

UEFA Media & Public Relations  
Route de Genève 46            
Case postale                        
CH-1260 Nyon 2                            
Switzerland

Media desk       
Tel: +41 (0) 848 04 2727      
Email: [media@uefa.ch](mailto:media@uefa.ch)