**UEFA Champions League meluncurkan identitas merek yang lebih segar**

**Merek UEFA Champions League untuk musim 2018/19 memiliki tampilan baru yang lebih cerah dan penuh energi. Konsep di balik identitas merek yang lebih segar ini adalah 'Highlighting moments that make the ultimate stage'.**

Bintang-bintang yang terhubung pada 'starball' di logo UEFA Champions League menjadi titik tengah dari identitas merek baru ini. Konsep ini diusung berdasarkan keterampilan dan kemampuan luar biasa para pemain yang membuat laga-laga UEFA Champions League begitu spesial.

Penjenamaan (*branding*) ini dirancang lebih fleksibel, didasari oleh unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya seperti lagu tema, stadion dan trofi. Palet warna biru yang berasal dari laga-laga UEFA Champions League, telah diperkaya dengan beberapa aksen warna baru – magenta dan cyan – untuk mendukung tampilan yang lebih segar.

**Representasi merek secara visual**

Identitas baru ini mengekspresikan posisi merek UEFA Champions League yang telah diperbarui, secara visual. Hal ini memperkuat nilai-nilai inti yang menjadi ciri khas kompetisi ini, sambil menyoroti peran utama yang dimainkannya dalam sepak bola. UEFA Champions League telah berkembang menjadi bagian dari hiburan global, bukan hanya semata-mata aktivitas olahraga.

**Guy-Laurent Epstein, Marketing director, UEFA Events SA:**"UEFA Champions League merupakan sebuah merek yang dikenali secara global dalam dunia sepak bola, olahraga dan hiburan. Pembaruan merek ini memaksimalkan peluang untuk berinteraksi dengan para penggemar dan pemangku kepentingan melalui seluruh teknologi dan platform baru."

**Mendukung keperluan digital**

Identitas merek yang telah diperbarui diciptakan untuk mendukung platform digital, *mobile* dan media sosial. Aset-aset terbaru membuat integrasi merek semakin mudah dan terukur (mulai dari penjenamaan ringan hingga penuh) pada permukaan yang lebih kecil serta perangkat *mobile*. Level dari detail visual stadion 'ultimate stage' dan 'starball' telah ditingkatkan untuk memberikan pengalaman menyaksikan tayangan televisi *ultra-high-definition* yang lebih kaya. Hal ini akan memastikan bahwa merek tetap relevan dan menarik bagi para penggemar serta akan memudahkan mereka untuk berinteraksi dengannya, sebagaimana teknologi dan platform konten yang terus berkembang.

**Perubahan paling berani dalam beberapa tahun terakhir**

UEFA meninjau identitas merek kompetisinya setiap tiga tahun sekali, bertepatan dengan periode komersial dari hak siar dan sponsor. Dibandingkan dengan perubahan identitas merek sebelumnya, desain yang baru ini mencerminkan pemikiran yang lebih maju. Walaupun visualisasi dari 'starball' mendapatkan tempat yang penting di identitas terbaru ini, 'ultimate stage' arena yang berbeda dari yang lain dan terbukti sukses masih akan tetap ada dalam paket penjenamaan ini. Hal ini memberikan pelbagai macam unsur visual kunci yang dapat digunakan untuk kepentingan komunikasi, baik secara internal maupun oleh mitra UEFA.

**Mark Hyde, Head of design, BT Sport:** "Percaya diri, modern dan berani. Dengan kemegahan serta penggunaan warna yang lebih cerah, UEFA Champions League mempertahankan posisinya sebagai identitas olahraga yang mungkin paling ikonis di dunia."

**Penjenamaan bersama (*co-branding*) dengan mitra**

Identitas terbaru ini dirancang untuk mendukung para pemangku kepentingan yang terlibat seperti sponsor, pemegang hak siar, pemegang lisensi dan juga klub-klub terkait. Sistem penjenamaan warna bersama, yang baru dan lebih fleksibel, telah diluncurkan dengan tujuan memberikan kesempatan bagi para mitra komersial untuk menyesuaikan identitas merek dengan kebutuhan mereka sendiri sambil tetap mempertahankan konsistensi penampilan dan perasaan yang ingin disampaikan melalui berbagai titik sentuh.

**Hans Erik Tuijt, Global sponsorship director, Heineken:**"Penjenamaan ini merupakan sesuatu yang segar dan menarik. Hal ini memberikan tampilan yang baru serta modern bagi kompetisi ini namun tetap terlihat bermutu."

Identitas merek baru ini akan terus menghasilkan penjenamaan unik bagi UEFA Champions League yang akan diaplikasikan ke dalam berbagai bentuk promosi, dengan tujuan untuk meningkatkan pamor dari salah satu kompetisi olahraga terbesar di dunia.

Identitas ini dikembangkan bersama *marketing partner* UEFA, TEAM Marketing AG, serta agensi kreatif yang berpusat di London, DesignStudio.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai identitas terbaru, kunjungi:

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

Untuk mengunduh identitas merek terbaru, kunjungi:

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

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