La UEFA Champions League renueva su imagen

**La imagen de la marca UEFA Champions League lucirá un vibrante nuevo look en 2018/19. El nuevo concepto busca destacar los momentos que hacen a esta competición tan especial.**

La marca de la UEFA Champions Leaguen para la temporada 2018/19 tendrá un vibrante nuevo look. El nuevo concepto detrás de esta refrescante identidad busca destacar los momentos que hacen a esta competición tan especial.

Las estrellas conectadas del 'starball' en el logo de la UEFA Champions League son el centro de esta nueva identidad de marca. El concepto captura los momentos icónicos de las extraordinarias muestras de calidad y habilidad que hacen las noches de UEFA Champions League tan especiales.

La imagen de marca ha sido diseñada para ser más flexible al tiempo que se basa en elementos ya establecidos como el himno, el estadio o el trofeo. La paleta de colores azules típica de las noches de UEFA Champions League ha sido enriquecida con nuevos colores como el magenta y el cian para apoyar este 'look' más fresco.

**Articulando visualmente la marca**
La nueva identidad expresa visualmente la redefinida posición de marca de la UEFA Champions League. Consolida los valores fundamentales de la marca por los que la competición es conocida, mientras que resalta el rol de liderazgo que juega en el fútbol. La UEFA Champions League se ha expandido para pasar a formar parte de un ambiente de entretenimiento global, ya no es únicamente un evento deportivo.

**Guy-Laurent Epstein, director de marketing, UEFA Events SA**: "La UEFA Champions League es una marca globalmente reconocida en el mundo del fútbol, del deporte y del entretenimiento. Esta renovación de su imagen maximiza las oportunidades de conectar con los aficionados y patrocinadores a través de las nuevas tecnologías y plataformas".

**Apostando por lo digital**
La redefinida identidad de marca se ha creado para apoyar las plataformas digitales, móviles y de redes sociales. Estos cambios ayudan a una integración más cómoda y gradual (desde un branding suave a uno completo) en dispositivos pequeños y móviles. El nivel de detalle del estadio 'ultimate stage' y de las imágenes del 'starball' ha sido mejorado para adaptarse a la definición ultra HD de los televisores. Esto asegurará que la marca sigue siendo relevante y que sigue conectando con los aficionados, permitiéndoles interactuar con ella según van desarrollándose la tecnología y los contenidos de las distintas plataformas.

**El cambio más audaz en años**
La UEFA retoca la identidad de marca de la competición cada tres años, en sincronía con los ciclos comerciales de los derechos de televisión y derechos de patrocinio. Comparada con actualizaciones de la imagen de marca anteriores, el nuevo diseño es un gran salto hacia adelante. Mientras que el visual 'starball' gana importancia en la nueva identidad, el distintivo y exitoso campo 'ultimate stage' aún se mantiene en el paquete de imágenes de la marca. Esto proporciona una amplia gama de imágenes que pueden ser usadas con propósitos de comunicación, tanto internamente como por los socios de la UEFA.

**Mark Hyde, jefe de diseño, BT Sport**: "Segura, contemporánea y valiente. Con una refinada elegancia y una vibrante inyección de color de la marca, la UEFA Champions League confirma su posición como posiblemente el mayor icono de las identidades deportivas".

**Socios 'co-branding'**
La nueva identidad ha sido diseñada para apoyar una amplia gama de socios, patrocinadores, operadores, marcas y clubes. Un nuevo y más flexible color para el sistema 'co-branding' ha sido introducido para dar a los socios comerciales la oportunidad de adaptar la identidad de la marca a sus propias necesidades, asegurando la consistencia de la apariencia y el funcionamiento a través de múltiples puntos de contacto.

**Hans Erik Tuijt, director de patrocinio global, Heineken**: "La marca es fresca y atrayente. Da a la competición un nuevo 'look' contemporáneo, manteniendo el status premium".

La nueva identidad de la marca continúa ofreciendo a la UEFA Champions League una identidad única que se aplicará en una amplia gama de aplicaciones promocionales, con el objetivo de mejorar aún más el atractivo de uno de los torneos más preciados e históricos del fútbol europeo.

La nueva identidad de la marca se ha desarrollado en colaboración con el socio de marketing de la UEFA, TEAM Marketing, y con la agencia creativa con sede en Londres DesignStudio.

Para obtener más información sobre la nueva identidad visite:
<http://uclbranding.uefa.com/>

Para descargar los nuevos elementos visuales de la identidad de la marca consulte:
<https://uefa.box.com/v/UEFAChampionsLeagueBranding>

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

Para cualquier consulta por favor contacte con:

UEFA Media & Public Relations
Route de Genève 46
Case postale
CH-1260 Nyon 2
Suiza
Media desk
Tel: +41 (0) 848 04 2727
Email: media@uefa.ch