UEFA Champions League apresenta identidade de marca renovada

**A identidade de marca da UEFA Champions League apresenta um novo visual vibrante para a época 2018/19. O conceito na base desta reformulação é designado por "Momentos altos que conduzem à grande final".**

As estrelas interligadas da "starball" no logótipo da UEFA Champions League são o elemento central desta nova identidade de marca. O conceito mostra os instantes memoráveis de demonstrações de talento e inspiração que tornam todas as noites da UEFA Champions League tão especiais.

A marca foi projectada de forma a ser mais flexível, mas sem deixar de assentar em elementos tradicionais, como o hino, o estádio e o troféu. A paleta de tons azuis derivada das noites de jogo da UEFA Champions foi enriquecida com novas cores de destaque (magenta e ciano), de forma a reforçar o visual mais moderno.

**Articular visualmente a marca**
 A nova identidade expressa visualmente o posicionamento refinado da marca da UEFA Champions League. Consolida os principais valores de marca pelos quais a competição é conhecida, sublinhando o papel de liderança que ocupa no futebol. A UEFA Champions League expandiu-se e tornou-se parte do sistema global de entretenimento, deixando de ser apenas um evento desportivo.

**Guy-Laurent Epstein, Director de marketing da UEFA Events SA**: "A UEFA Champions League é uma marca reconhecida globalmente no futebol, no desporto e no entretenimento. Esta atualização da marca vai maximizar as oportunidades de interligação com os adeptos e parceiros nas novas tecnologias e plataformas".

**Integração com o digital**
 Esta identidade de marca refinada foi criada a pensar no suporte de plataformas de "media" digital, móvel e redes sociais. Os novos elementos permitem uma integração de marca mais fácil e escalonável (de "branding" moderado a intenso) em dispositivos com ecrãs de menores dimensões. O nível de detalhe no estádio "ultimate stage" e nas imagens da "starball" foram concebidos para corresponderem aos requisitos de transmissões em altíssima definição. Isto vai assegurar que a marca continue a ser relevante e envolvente para os adeptos e permitirá que eles possam interagir com ela, à medida que a tecnologia e as plataformas de conteúdo evoluam.

**Mudança mais radical dos últimos anos**
A UEFA renova a identidade de marca das suas competições de três em três anos, simultaneamente com os ciclo comerciais dos direitos de transmissão e dos acordos de patrocínios. Este novo desenho é uma grande evolução quando comparado com as últimas actualizações da identidade de marca. O desenho da "starball" ganha importância na nova identidade, enquanto que o distinto e popular estádio "ultimate stage" continua presente no pacote da marca. Isto proporciona uma vasta gama de efeitos visuais que podem ser usados para fins de comunicação, tanto internamente como pelos parceiros da UEFA.

**Mark Hyde, Director de design, BT Sport**: "Confiante, contemporânea e corajosa. Graças à elegância refinada e uma vibrante injecção de cor, a marca UEFA Champions League defende a sua posição como, possivelmente, a mais icónica das identidades desportivas".

**A pensar nos parceiros**
A nova identidade foi concebida para servir de suporte a uma grande variedade de parceiros, como patrocinadores, empresas de transmissões televisivas, licenciados e clubes. O novo sistema de cores de "co-branding" é mais flexível e foi criado para dar mais possibilidades aos parceiros comerciais de adaptarem a identidade da marca às suas próprias necessidades, ao mesmo tempo que garante a consistência visual com vários pontos de contato.

**Hans Erik Tuijt, director de patrocínios globais, Heineken**: "A marca é fresca e atraente. Transmite uma aparência renovada e contemporânea à competição, sem perder o aspecto 'premium'".

A nova identidade da marca continua a garantir à UEFA Champions League uma imagem única, que será utilizada numa gama alargada de aplicações promocionais, com o objectivo de aumentar ainda mais o prestígio de uma das maiores competições desportivas do mundo.

A nova identidade da marca foi desenvolvida em colaboração com a TEAM Marketing, parceiro de marketing da UEFA, e com a DesignStudio, agência criativa sedeada em Londres.

Para mais informações sobre a nova identidade visite:
<http://uclbranding.uefa.com/>

Para descarregar os elementos da nova identidade de marca visite:
<https://uefa.box.com/v/UEFAChampionsLeagueBranding>

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

Para mais informações contactar:

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