Svelata la nuovo brand identity della UEFA Champions League

**Il brand della UEFA Champions League 2018/19 ha un nuovo ed esaltante look. Il concept si ispira ai grandi gesti tecnici che rendono speciali e indimenticabili le serate europee.**

Le stelle collegate del logo 'Starball' della UEFA Champions League sono al centro della nuova brand identity della competizione. Il concept si ispira ai grandi gesti tecnici che rendono speciali e indimenticabili le serate di UEFA Champions League.

Il marchio è stato progettato per essere più flessibile pur mantenendo fortemente saldi alcuni elementi imprescindibili come l'inno, lo stadio e la coppa. Il classico colore blu derivante dalle serate di UEFA Champions League è stato arricchito da nuove sfumature – magenta e ciano – per dare un tocco di freschezza.

**Articolando visivamente il brand**  
La nuova identità esprime visivamente il raffinato posizionamento del brand della UEFA Champions League. Inoltre, consolida i valori fondamentali del brand per cui è conosciuta la competizione, sottolineando al contempo il ruolo da protagonista che ricopre nel calcio. La UEFA Champions League si è evoluta a tal punto da essere entrata nel settore dell'intrattenimento a livello mondiale piuttosto che essere un mero evento sportivo.

**Guy-Laurent Epstein, direttore marketing UEFA Events SA**: "UEFA Champions League è un brand riconosciuto a livello mondiale nel calcio, nello sport e nell'intrattenimento. Questo aggiornamento del brand massimizza le possibilità di interagire con i tifosi e con gli interlocutori attraverso le nuove tecnologie e l'uso di piattaforme dedicate".

**Predisposizione per il formato digitale**  
Tale brand identity è stato perfezionato per integrarsi perfettamente con le piattaforme digitali, con i dispositivi mobili e con i social network. I nuovi asset consentono infatti un'integrazione più semplice e modulabile del brand (che può essere ridimensionato o ingrandito) sia sulle schermate più piccole che sui dispositivi mobili. Il livello dei dettagli dell''Ultimate Stage' e dello 'Starball' è stato infatti migliorato per offrire una visione ancora più ricca e definita negli schermi UHD. Ciò assicura che il brand resti rilevante e coinvolgente per i tifosi che potranno interagire con esso non appena verranno sviluppate le piattaforme e implementata la tecnologia necessaria.

**Il cambio più audace degli ultimi anni**  
La UEFA rivede la proprio brand identity della competizione ogni tre anni, in sintonia col ciclo commerciale dei diritti televisivi e di sponsorizzazione. Rispetto ai precedenti aggiornamenti del brand identity, il nuovo design rappresenta un ulteriore passo in avanti. Sebbene lo 'Starball' sia sempre più importante nella nuova identità visuale, lo stadio dell''Ultimate Stage' è ancora adesso un elemento imprescindibile e di successo del nuovo branding package. Questi due elementi iconici possono quindi essere utilizzati in svariati modi dalla UEFA e dai suoi partner per marketing e comunicazione.

**Mark Hyde, responsabile del design, BT Sport**: "Sicuro, contemporaneo e coraggioso, con una raffinata eleganza e una vibrante iniezione di colore, il brand della UEFA Champions League conferma la sua posizione come identità sportiva probabilmente più iconica di tutte".

**Possibilità di co-branding per i partner commerciali**  
La nuova identità è stata progettata per integrarsi il più possibile con sponsor, emittenti, licenziatari e club. È stato infatti introdotto un nuovo e più flessibile sistema di co-branding a colori per dare ai partner commerciali la possibilità di personalizzare la brand identity in base alle proprie esigenze, garantendo al contempo riconoscibilità e coerenza a primo impatto visivo e tattile attraverso più punti di contatto.

**Hans Erik Tuijt, direttore sponsorizzazioni mondiali Heineken**: "Il marchio è fresco e accattivante, e conferisce alla competizione un aspetto nuovo e contemporaneo, pur rimanendo al top".

Il nuovo brand identity continuerà ad offrire alla UEFA Champions League un marchio unico e riconoscibile che verrà usato a scopi commerciali con l'obiettivo di migliorare ulteriormente il prestigio di una delle competizioni sportive più grandi e importanti del mondo.

L'identità è stata sviluppata in collaborazione con il partner marketing della UEFA, TEAM Marketing AG, e con l'agenzia creativa di Londra, DesignStudio.

Per ulteriori approfondimenti sulla nuova identità visuale, visita:   
<http://uclbranding.uefa.com/>

Per scaricare la grafica del nuovo brand identity, vai su:  
<https://uefa.box.com/v/UEFAChampionsLeagueBranding>

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

Per qualsiasi domanda, non esistate a contattare:

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