L’UEFA Champions League dévoile sa nouvelle identité de marque

**La marque de l’UEFA Champions League pour le cycle 2018-2021 revêt un nouveau look dynamique. Le concept qui sous-tend la nouvelle identité se présente sous la devise « Moments uniques sur la scène ultime ».**

Les étoiles interconnectées sur le ballon étoilé de l’UEFA Champions League sont au centre de cette identité de marque rafraîchie. Le concept exprime les moments légendaires du football, qui font la magie des soirs de matches de l’UEFA Champions League.

Le branding a été conçu de manière à être plus flexible, tout en se fondant sur des éléments établis tels que l’hymne, le stade et le trophée. La palette de bleus utilisée pour les matches de l’UEFA Champions League a été agrémentée de couleurs vives (magenta et cyan) pour appuyer un look plus contemporain.

**Une expression visuelle claire de la marque**
La nouvelle identité visuelle reflète le développement du positionnement de la marque de l’UEFA Champions League. Elle renforce les valeurs essentielles de la marque pour lesquelles la compétition est connue, tout en mettant en évidence le rôle de premier plan que celle-ci joue dans le football. L'UEFA Champions League n’est plus un simple événement sportif, mais fait désormais partie de l’environnement mondial du divertissement.

**Guy-Laurent Epstein, directeur Marketing d'UEFA Events SA, a déclaré :** L’UEFA Champions League est une marque reconnue dans le milieu du football, du sport et du divertissement à l’échelle mondiale. Ce rafraîchissement de la marque maximise les possibilités d’implication des supporters et des autres parties prenantes par le biais de nouvelles technologies et plateformes.

**Pourvoir aux besoins numériques**
La nouvelle identité de marque a été élaborée pour être compatible avec les plateformes numériques, mobiles et de médias sociaux. Les nouvelles caractéristiques permettent une intégration plus facile et évolutive de la marque (du branding allégé au branding complet) sur les petits écrans et appareils mobiles. Les détails des éléments visuels du stade Ultimate Stage et du ballon étoilé ont été affinés pour offrir une expérience télévisuelle en ultra-haute définition plus intense. La nouvelle identité permettra à la marque de garder sa pertinence et son aspect séduisant aux yeux des supporters, et offrira à ces derniers la possibilité d'interagir avec elle, au fur et à mesure que la technologie et les plateformes de contenu se développent.

**Le changement le plus audacieux depuis des années**
Conformément au cycle commercial des droits de diffusion et des droits de sponsoring, l’UEFA révise l’identité de ses marques de compétitions tous les trois ans. Le nouveau design est un pas en avant significatif par rapport aux rafraîchissements précédents. Si le ballon étoilé gagne en visibilité dans la nouvelle identité, le stade de l’Ultimate Stage, unique et réussi, continue de faire partie du branding. Cela élargit la palette d’éléments visuels clés pouvant être utilisés aussi bien en interne que par les partenaires de l’UEFA à des fins de communication.

**Mark Hyde, chef Conception de BT Sport, a expliqué :** « Assurée, contemporaine et courageuse. Avec une nouvelle élégance et des couleurs dynamiques, la marque de l’UEFA Champions League conserve sa position de leader en tant que l’une des marques sportives les plus connues. »

**Cobranding**
La nouvelle identité est destinée à soutenir un grand nombre de parties prenantes, comme les sponsors, les diffuseurs, les bénéficiaires de licence et les clubs. Un nouveau système plus flexible de cobranding des couleurs a été introduit afin de donner aux partenaires commerciaux la possibilité d’adapter l’identité de marque à leurs besoins, tout en assurant une apparence cohérente sur différents points de contact.

**Hans Erik Tuijt, directeur Sponsoring mondial de la marque Heineken, a observé :** « Le branding est contemporain et attrayant. Il donne un look nouveau et moderne à la compétition tout en gardant une image haut de gamme. »

L’UEFA Champions League conservera un branding unique, qui sera utilisé sur une grande quantité d’applications promotionnelles, l’objectif étant de renforcer le prestige de l’une des plus grandes compétitions sportives du monde.

La nouvelle identité de marque a été élaborée en collaboration avec le partenaire marketing de l’UEFA TEAM Marketing AG et l’agence de création de Londres DesignStudio.

Si vous voulez en savoir plus sur la nouvelle identité, rendez-vous sur :
http://uclbranding.uefa.com/

Vous pouvez télécharger les nouveaux éléments visuels de la marque sur :
https://uefa.box.com/v/UEFAChampionsLeagueBrandingor
https://uefa.newsmarket.com/

Pour toute question, veuillez contacter :

Unité Médias et relations publiques de l'UEFA
Route de Genève 46
Case postale
1260 Nyon 2
Suisse
Bureau des médias
Tél. : +41 (0) 848 04 2727
E-mail : media@uefa.ch