

# Communiqué de presse

## « Plus proche du Football » nouvelle identité de marque pour la Pro League

Bruxelles, 1 juillet 2020 - Le début du mois de juillet est traditionnellement la période d'un nouveau départ dans le football. Les équipes se réunissent à nouveau avec de nouveaux joueurs et de nouvelles tenues. Il s'agit d'un nouveau départ.

La Pro League est également dans les starting-blocks. Après 10 années, le moment est venu pour la Pro League de renouveler son identité visuelle. En collaboration avec la branding agency Mirror Mirror, la Pro League est partie d'une feuille blanche afin de se concentrer sur l'essentiel. Le résultat est une marque qui se concentre sur l'activité principale de la Pro League : 1 ballon, 2 équipes.

L'identité visuelle revient dans les différents brandings des compétitions et constitue le lien entre la marque institutionnelle Pro League et les compétitions.

La branding agency Mirror Mirror est fière du résultat : « Notre objectif était de traduire la spécificité et l'identité de la Pro League en une identité visuelle globale. Une identité qui traduit parfaitement ce que l'organisation représente : la passion, l'émotion, l'union et le caractère local. Nous avons créé une marque contemporaine et forte qui se développe en un système visuel dynamique. Nous avons proposé une boîte à outils qui aide la Pro League à établir un lien durable entre les clubs, les joueurs et les supporters ».

Vous trouverez ci-après les liens pour le brand movie ; <https://bit.ly/38fDxrz> les logos et les guidelines; <https://we.tl/t-sScziZ2hKo>

### Plus proche du football

L'identité visuelle est complétée par un nouveau slogan : *Plus proche du football*.

« Ce slogan reflète ce que nous, la Pro League, voulons représenter », affirme le porte-parole Stijn Van Bever. « La passion et l'amour pour nos équipes, l'ambiance dans les tribunes, l'intensité sur le terrain, la camaraderie dans les tribunes, son fauteuil ou au café. Nous rapprochons les supporters des clubs et les clubs des supporters, également grâce à la collaboration avec notre nouveau partenaire média Eleven Sports. La Pro League doit devenir une marque forte, synonyme de football et de passion. »





## « Plus proche du football : la nouvelle brand identity reflète ce que nous, la Pro League, voulons représenter »

Stijn Van Bever, Porte-parole Pro League



### About the Pro League

La Pro League est responsable de l'organisation du football professionnel belge. Elle organise ainsi les championnats du football professionnel et la Coupe.

Elle regroupe également les clubs de football professionnels, qui sont représentés dans les organes de gestion de l'asbl et de la Pro League SA. La Pro League fonctionne indépendamment de ces clubs, mais elle est à leur service.

Au niveau national, la Pro League travaille en étroite collaboration avec l'URBSFA. Au niveau régional, elle se concerta régulièrement avec les deux ailes du football amateur : Voetbal Vlaanderen et l'ACFF.

La Pro League est consciente de son rôle social et le traduit en une stratégie Football & Community avec laquelle elle veut avoir un impact social et sociétal.

La Pro League vise à être une organisation où l'expérience du football, le professionnalisme, l'innovation et la croissance sont essentiels. Chaque initiative de la Pro League a pour objectif de renforcer les clubs en particulier et le football en général. Notre ambition est d'avoir un football professionnel belge toujours plus fort et encore plus proche des supporters.

