

ENTORNO

El CSD renueva su imagen de la mano de Interbrand

Sencillez, cercanía y modernidad son los conceptos en los que se ha basado la concepción de la nueva imagen corporativa del organismo.

Palco23

4 mar 2021 - 17:42



El Consejo Superior de Deportes (CSD) cambia de imagen. La institución ha presentado su renovado logotipo, que estrena al mismo tiempo tipografía y colores más dinámicos y actuales, según la propia entidad.

“La nueva identidad responde a la idea de sencillez, cercanía y modernidad que se traslada desde la institución, al mismo tiempo que recogen los valores del deporte”, detalla el organismo, que ejerce las competencias de la administración general del estado en el ámbito del deporte.

“Es ilusionante contar con una nueva imagen más moderna, sencilla y adaptada al futuro”, ha explicado la presidenta del CSD, Irene Lozano. “El año de pandemia tan duro que llevamos ha marcado un antes y un después y, en ese sentido, ahora que la campaña de vacunación está en marcha y contemplamos los próximos tiempos con algo más de esperanza y optimismo, hemos creído que era un buen momento para renovar la identidad corporativa de la casa del deporte español”, ha detallado.

“Llega un nuevo momento, una nueva época para el sector del deporte español, lleno de transformaciones, digitalización y modernidad”, ha asegurado, al tiempo que ha afirmado que “el CSD va a formar parte de ello”.

El CSD pasa página adentrándose en el futuro con un logotipo diseñado por Interbrand

El renovado logotipo y la imagen corporativa del CSD es obra de la agencia Interbrand, ganadora del concurso público. El logotipo representa “la idea de sencillez, cercanía y modernidad, al tiempo que recogen los valores del deporte”, destacan sus diseñadores, recordando a “una pista de atletismo, de ciclismo o incluso a un circuito de automovilismo, lo que traslada la idea del dinamismo tan propia del deporte”.

Los diseñadores han optado por mantener la corona y las letras que identifican al CSD, con unos colores que evocan la *Marca España* y una forma de S que, en formato vertical, recuerda la letra inicial de la palabra Spain, poniendo el foco en la proyección internacional del deporte español.

Está previsto que la nueva imagen corporativa se vaya integrando paulatinamente, en fases, en todos los elementos del CSD, estando ya disponible e implementado en redes sociales.