



## Comunicado de prensa

### HEINEKEN LLEVARÁ LA EMOCIÓN DE LA FÓRMULA 1® A TODO EL MUNDO

- **El patrocinio incluye el Gran Premio de México a celebrarse en octubre próximo.**
- **Dos marcas Premium se unen para hacer realidad las mejores experiencias a nivel mundial.**

**México, D.F., a 9 de junio de 2016.-** A partir de este año Heineken® será patrocinador oficial de la Fórmula 1®. Con ello, la marca de cerveza líder del segmento *premium* garantiza su presencia en la máxima categoría del automovilismo y ratifica su compromiso de brindar las mejores experiencias en los eventos más importantes del mundo.

Lo anterior será posible gracias a un acuerdo entre HEINEKEN y Formula One Management (FOM) mediante el cual se permite a Heineken® llevar la emoción de la F1® a diferentes países, incluido el Gran Premio de México, que se disputará del 28 al 30 de octubre próximo en el Autódromo Hermanos Rodríguez, en la Ciudad de México.

Para comunicar esta importante alianza, Heineken® ha designado como embajadores a David Coulthard y Sir Jackie Steward, quienes formarán parte de campañas globales completamente integrales, para consolidar el manifiesto de la marca, *Open your world*, y otras más vinculadas con la responsabilidad al volante. Las activaciones incluirán presencia de marca en los circuitos de la F1®, comerciales de TV, activaciones digitales, experiencias y eventos en vivo para los *fans*, iniciativas de relaciones públicas y presencia en empaques y en puntos de venta.

Sobre esta nueva sociedad comercial que celebra Heineken®, Dolf van den Brink, CEO de CM/HEINEKEN México, destacó que “en México como en el resto de los mercados la marca buscará ofrecer la experiencia F1® a los consumidores que siguen este deporte. A partir de ahora, los seguidores del Gran Premio podrán estar cerca de toda la adrenalina que rodea a la F1® a través de las mejores experiencias *premium* de la mano de Heineken®”.

Al respecto, Gianluca Di Tondo, director Global Senior para la marca Heineken®, comentó: “Fórmula 1® es más que una carrera. Es un evento global. La F1® representa una oportunidad única para que Heineken® conecte con sus consumidores actuales y potenciales en mercados de alto crecimiento. La Fórmula 1® es realmente sólida en tres aspectos fundamentales: representa fuertes oportunidades comerciales, nos permite expandir nuestra plataforma de consumo Inteligente y la alianza se traducirá en un intercambio de experiencias y mejores prácticas entre nuestro equipo y el de Fórmula 1®”.



Además, aclaró: “Esta alianza complementa nuestras plataformas existentes, a la vez que nos permite conectar con la enorme base de espectadores y fanáticos de Fórmula 1®, que ronda en torno a los 400 millones de televidentes cada año. El común denominador del éxito a largo plazo de nuestras sociedades con UEFA Champions League, la Copa Mundial de Rugby y James Bond es nuestra pasión por emocionar a nuestros consumidores. Traemos esa misma pasión a la Fórmula 1®”.

Bernie Ecclestone, CEO de The Formula One Group, comentó: “Heineken® es una marca *premium* internacional con una superreputación por su mercadotecnia de primera clase. Estoy muy contento al darles la bienvenida a la familia Fórmula 1®, y espero con interés sus activaciones dentro y fuera de los eventos de F1®. Ambas empresas somos negocios de innovación y disfrute, por lo que espero que este sea el inicio de una relación especial y duradera. Cuando consumo cerveza, siempre he disfrutado una Heineken®”.

Como parte central de esta nueva alianza se mantendrá un poderoso mensaje de responsabilidad. La plataforma global que es la Fórmula 1® le representa a Heineken® oportunidades aún mayores, tanto globales como locales, para impulsar un cambio positivo.

La nueva campaña seguirá construyendo el compromiso de HEINEKEN® de utilizar su marca insignia para transmitir el mensaje de la responsabilidad. Heineken® destina 10% de su inversión global en medios a campañas dedicadas al consumo inteligente, como *Heroes Wanted*.

Ese mismo mensaje se transmite a través de las otras plataformas promocionales, como la UEFA Champions League y la Copa Mundial de Rugby, donde hasta una tercera parte del espacio disponible para publicidad en el campo de juego se destina al consumo inteligente. Asimismo, Heineken® transmite el mensaje de responsabilidad en cientos de espectáculos y festivales musicales alrededor del mundo. Además, durante 2015 el llamado a la moderación estuvo presente en más de 8 mil millones de empaques y envases.

En ese contexto, Bernie Ecclestone recordó: “Hace algún tiempo inicié la campaña “Piensa antes de conducir” (Think Before You Drive) en los eventos de Fórmula 1®. Me complace que esta iniciativa cuente ahora con el apoyo y compromiso de Heineken® a través de sus acciones en torno a la responsabilidad al volante. Ahora evolucionaremos para reforzar estos mensajes de una forma que refleje la personalidad y valores de Heineken®”.

### **Sobre CM/HEINEKEN México**

Cuauhtémoc Moctezuma, fundada en 1890, es la cervecera más innovadora de México. Cuenta con 6 plantas productoras de cerveza y una maltera. A partir de mayo de 2010, Cuauhtémoc Moctezuma se integra a HEINEKEN, el grupo cervecero más grande de Europa, el tercero más grande del mundo en términos de volumen y el de mayor presencia internacional. Heineken cuenta con un portafolio de más de 250 marcas en el mundo, incluyendo Heineken®, la marca Premium de cerveza más valiosa del mundo. Las marcas que actualmente integran su portafolio son: Tecate®, Tecate Light®, Sol®, INDIO®, Dos Equis®, Heineken®, Bohemia®, Superior®, Kloster®, Coors Light®, Strongbow®, Amstel Light®, Noche Buena®, Carta Blanca® y Affligem®. Para más información visite [www.cuamoc.com](http://www.cuamoc.com)



## Contacto para medios

Eluyde Paulín  
Jefa de Medios  
CM/HEINEKEN México  
[eluyde.paulin@cuamoc.com](mailto:eluyde.paulin@cuamoc.com)