



Con actividades Premium, Heineken se pone a la delantera durante la F1

- *El objetivo: mantener el posicionamiento de Heineken® como la marca de cerveza Premium más internacional.*
- *Como parte del patrocinio global, la marca activa el Gran Prix México de la Fórmula 1, convirtiéndolo en uno de los eventos más exclusivos del fin de semana.*
- *Heineken® refuerza su compromiso con el consumo responsable a través de sus campañas "Cuando manejes, no bebas" y "Cero alcohol al volante".*

Ciudad de México, 27 de octubre del 2016. Heineken® pone el acelerador en el Gran Premio de México con actividades de alto nivel durante los días de competencia. La asociación de la marca de cerveza más internacional y la F1 deja clara la ambición que tiene Heineken® para continuar como la cerveza Premium más internacional.

En la conferencia de prensa, Gianluca Di Tondo, director global senior de la marca Heineken®, comentó que para seguir creciendo como marca se necesita reclutar a nuevos consumidores, y la mejor forma de hacerlo es asociarse con plataformas Premium globales como lo es la F1 para llevarlas a nuestros consumidores.

"Todos sabemos que la F1 es una de las plataformas Premium globales más prestigiosas para audiencias globales y estimamos que gracias a esta asociación seremos capaces de alcanzar a más de 300 millones de nuevos consumidores, adicionales a lo que podremos alcanzar con nuestras otras plataformas de asociación", expresó.

Subrayó que una razón adicional que influyó en la asociación con la F1 fue el impulso al programa global de consumo responsable. "En HEINEKEN realmente creemos en este mensaje y tenemos un programa estratégico denominado *Enjoy Heineken responsibly*, que es parte del ADN de la marca porque nos ayuda a definirnos como marca".

La F1, dijo, nos permite referirnos al tema del consumo de bebidas con alcohol de una manera más audaz e impactante; todos sabemos que cuando se conduce hay una sola opción: no beber. Lo cual nos ha permitido dar un giro al programa que en México se llama 'Cero Alcohol al Volante'.

Por su parte, Lino Villarreal, director de marcas de Cuauhtémoc Moctezuma Heineken México, mencionó que en el país se tendrá un gran evento este año para la F1, debido al gran interés que generó entre los seguidores de este deporte. "México es una plataforma muy importante no solo para la F1, sino también para Heineken®, porque vemos que nuestra marca está creciendo en el gusto de los consumidores y con esta asociación estamos seguros de que habrá nuevos fans de nuestra marca".

El año pasado marcó el esperado regreso del Gran Premio de la Fórmula 1. Tras un paréntesis de 22 años, aficionados mexicanos demostraron su verdadera pasión y conocimiento por el máximo circuito del mundo del automovilismo: miles de admiradores sacudieron el Autódromo Hermanos Rodríguez durante el Gran Premio del fin de semana, mientras que muchos más participaron en



eventos y promociones relacionadas con la Fórmula 1 y algunos otros observaron la carrera, ya sea desde su casa o en miles de restaurantes y bares donde sintonizaron sus pantallas con tal de ser parte de un suceso tan magnífico.

Cuando Heineken® anunció su colaboración de largo plazo con la Fórmula 1 estaba claro que México jugaría un papel muy importante en la estrategia de la marca para unirse a uno de los eventos deportivos más espectaculares y de mayor glamour en todo el mundo, el cual, en todos los sentidos, simboliza mucho más que una carrera. Después de todo, fue Heineken® la marca pionera en el segmento de cerveza Premium en México, quien además ha construido una sólida reputación por estar siempre presente en los mejores eventos de talla internacional.

¡En sus marcas!

A propósito del Gran Premio que se llevará a cabo el fin de semana, Heineken® desea celebrar su colaboración con la Fórmula 1 en México presentando a David Coulthard, una verdadera leyenda de la F1 y un caballero en toda la extensión de la palabra. David ha llegado a México como embajador de Heineken® para transmitir el mensaje de que la Fórmula 1 significa más que una carrera.

Esto es algo que los verdaderos fans de la F1 comprenden: la Fórmula 1 se trata de estrategia, de decisiones instantáneas, perseverancia y concentración. Pero la F1 va más allá de solo eso; dentro y fuera de la pista, la Fórmula 1 es una competencia del más alto nivel, así como una exhibición de tecnología de la más alta vanguardia, moda y belleza. En resumen, la Fórmula 1 es un estilo de vida de gran relevancia para los seguidores de Heineken® en México.

Con el objetivo de acercar a los nuevos consumidores al increíble mundo de la Fórmula 1, Heineken® se asoció con David Coulthard, quien claramente demuestra por qué la F1 es mucho más que una simple carrera. Si eres mayor de 18 años, puedes ver la carrera [aquí](#).

Gianluca Di Tondo, director global senior de la marca Heineken®, comentó durante su visita a México para el Gran Premio: “Estamos muy contentos de traer la Fórmula 1 a la Ciudad de México, la capital más vibrante y cosmopolita en toda Latinoamérica. Aquí nuestros seguidores son personas inteligentes y sofisticadas que comparten una pasión por la calidad Premium y las cosas buenas de la vida, lo cual es justo lo que representa la F1. Estamos seguros de que esta colaboración va a amplificarse intensamente entre los fans locales de Heineken®, los cuales están conscientes de que la F1 es más que una carrera”.

¡Prepárense! Heineken presenta Amber Lounge®

Lo que hace tan grande a la Fórmula 1 es que los patrocinadores traen actividades fantásticas alrededor de cada Gran Premio. En México, Heineken® es el presentador oficial de Amber Lounge®, la icónica fiesta de la F1, en donde los personajes más importantes del país tienen la oportunidad de interactuar con los pilotos y sus equipos, disfrutar de las presentaciones en vivo de DJs de renombre mundial, celebrar y admirar la belleza de las Grid Girls.



Amber Lounge® es, sin duda, el mejor lugar para pasar el rato en las noches del Gran Premio durante el fin de semana, y Heineken® capitalizará esta oportunidad presentando a los invitados dos geniales pasarelas de moda de talentosos diseñadores locales, Pineda Covalín y Benito Santos, además de la presentación del reconocido DJ Dash Berlin.

Para el Gran Premio de México 2016, Heineken® también ha asegurado los derechos del Paddock Club®, el sitio más exclusivo dentro del complejo del Autódromo Hermanos Rodríguez, donde los invitados más afortunados podrán disfrutar apariciones especiales de leyendas de F1, exclusivos paseos a la zona de pits y una vista privilegiada de la práctica, la clasificación y la carrera del domingo.

Lino Villarreal, director de marcas de CM/HEINEKEN México, expresó en su oportunidad: “Estamos muy contentos de ser parte de uno de los eventos más exclusivos a nivel mundial como la Fórmula 1. Los consumidores de Heineken® siempre están en busca de las mejores experiencias y esta es nuestra oportunidad de reconocer su lealtad, con momentos del más alto nivel, que es lo que esperan de nosotros. Para que aquellos que vivirán el Gran Premio de México desde el Autódromo Hermanos Rodríguez o desde la comodidad de su hogar descubran por qué la F1 es más que una carrera”.

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.comhu.

Contacto para medios

Eluyde Paulín
Jefa de Medios
CM/HEINEKEN México
eluyde.paulin@cuamoc.com