

La Fórmula 1 y Disney anuncian colaboración estratégica a partir de 2026

La Fórmula 1 y Disney anunciaron una colaboración que comenzará en 2026 para promover dos marcas que “comparten afinidad por la creatividad, el entretenimiento y la innovación”.

“Nuestra colaboración con Disney promete ser brillante, ya que presentaremos el mundo de ‘Mickey Mouse & Friends’ a nuestros aficionados y al revés. Encaja perfectamente con nuestra estrategia de salir del mundo del deporte para llegar a un mercado más amplio”, precisó Emily Prazer, directora comercial de la Fórmula 1.

“A cambio, presentaremos Disney a nuestros 820 millones de aficionados en todo el mundo”, agregó.

La colaboración, cuyos detalles serán revelados en los próximos meses, prevé el lanzamiento de “experiencias, contenidos y artículos de promoción comercial” en todo el mundo.

Los números revelan que cada vez más jóvenes se aficionan a la Fórmula 1, con más de cuatro millones de niños entre 8 y 12 años que la siguen habitualmente en Europa y Estados Unidos.

Además, un 54 % de seguidores de la Fórmula 1 en TikTok y un 40 % en Instagram son menores de 25 años.

“Cuando celebramos casi un siglo de ‘Mickey Mouse & Friends’, nuestra colaboración con la Fórmula 1 ofrece una oportunidad única para unir a dos potencias del entretenimiento para crear productos que los aficionados amarán”, aseguró Tasia Filippatos, presidenta de productos de consumo de Disney.

Con información de La Verdad