

COMPETICIONES

La Fórmula E impulsa su negocio con la renovación de Hugo Boss hasta 2023

La competición de coches eléctricos ha alcanzado un acuerdo con la marca de moda alemana, con la que colabora desde 2018, para extender su vinculación tres años más.

Palco23

11 feb 2020 - 16:39



La Fórmula E da *gas* a sus ingresos comerciales. El Mundial de coches eléctricos ha renovado el acuerdo de patrocinio con Hugo Boss hasta 2022-2023. Los términos económicos de esta alianza no se han desvelado, aunque en virtud de la misma la marca alemana de moda pondrá nombre al área VIP de **hospitality** en cada gran premio y vestirá a todo el personal de la organización.

Tras estar vinculada a la industria del motor durante años, Hugo Boss dio el salto a la F-E en su cuarta temporada. “Ambas marcas representan un estilo de vida, un elemento de la colaboración que reforzaremos con Boss Emotion Club”, ha afirmado Mark Langer, el director ejecutivo de Hugo Boss. Para Jamie Reigle, director ejecutivo de Fórmula E, “Hugo Boss es más que nuestro socio oficial de ropa, refuerzan nuestra posición como movimiento global de estilo de vida”.

PALCO23

Entre los patrocinadores de la competición también están ABB como *Title partner*, Julius Bär como socio global y Michelin como socio técnico. Además, cuenta con empresas como Saudia, la aerolínea propiedad de la familia real saudí, DHL, Allianz, Tagheuer, BMW o Heineken como patrocinadores oficiales.

La competición de coches eléctricos logró presentar por primera vez un resultado operativo positivo, de un millón de euros en el último ejercicio. Y lo hizo tras dar un nuevo salto en términos de ingresos y alcanzar los 200 millones de euros.