

FUERA DE JUEGO

## La F-1 saca partido al pasado: abre subastas por artículos de recuerdo

La competición ha firmado una alianza con Memento Group para vender productos usados en campeonatos anteriores mediante subastas. Hay desde monos y cascos, hasta alerones y monoplazas.

Palco23  
13 sep 2019 - 09:30



Todo puede estar a la venta. La Fórmula 1 ha alcanzado un acuerdo con Memento Group para explotar una nueva línea de *merchandising*, consistente en artículos de recuerdo y productos usados en ediciones anteriores del Mundial. Una parte importante de los productos pueden comprarse de forma directa, pero otros saldrán a subasta al ser artículos únicos.

1 / 2

<https://www.palco23.com/fuera-de-juego/la-f-1-saca-partido-al-pasado-abre-subastas-por-articulos-de-recuerdo>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Todos los artículos incorporan un certificado de autenticidad, pues en la oferta hay monos de carrera de los pilotos, incluidos cascos y guantes, así como recuerdos firmados y productos rediseñados a partir de materiales utilizados en la carrera. También ofrecerá la oportunidad de comprar coches de carrera completos que tracen la historia del deporte en los últimos 50 años o más.

En el ecommerce específico que se ha creado puede comprarse un monoplaza de 2016 del Renault F1 Team por 300.000 libras (335.346 euros), pero también el mono de Fernando Alonso en su debut con McLaren en 2007 por 13.000 libras (14.532 euros). Un casco usado por Michael Schumacher en 2006 puede ser adquirido por 30.000 libras (33.534 euros). También hay artículos más asequibles por debajo de las 100 libras (112 euros), que corresponden a fotos firmadas.

“Nuestra misión es ayudar a los fanáticos de todo el mundo a acercarse al deporte, brindando a los pilotos y equipos un lugar en sus hogares y vidas”, explica Albert Gomà, responsable de licencias y alianzas digitales de la Fórmula 1. “Es un enfoque innovador para los recuerdos que prioriza el patrimonio de las carreras racial, la autenticidad y la usabilidad”, añade.