

Audi presenta la identidad de la marca para el proyecto de Fórmula 1

- El Audi R26 Concept anticipa el diseño que identificará a la marca de los cuatro aros en la máxima disciplina del motorsport
- Claridad sin concesiones dentro y fuera de la pista
- Gernot Döllner, CEO: “Entrar en la Fórmula 1 es el siguiente capítulo en la transformación de la compañía”

Madrid, 12 de noviembre, 2025 – 115 días antes de su primera carrera en la Fórmula 1, Audi ofrece un avance de la presencia de la compañía en la máxima categoría del automovilismo deportivo en su Brand Experience Center de Múnich. Al igual que en los futuros modelos de producción, la marca de los cuatro aros aportará una claridad sin concesiones tanto dentro como fuera de los circuitos.

“Al entrar en la máxima categoría del automovilismo, Audi está haciendo una declaración clara y ambiciosa”, afirma Gernot Döllner, CEO de Audi. “Es el siguiente capítulo en nuestro proceso de transformación. La Fórmula 1 será un catalizador para el cambio hacia una compañía más ágil, rápida e innovadora”. Según Döllner, Audi entra en la disciplina reina del motorsport con una hoja de ruta ambiciosa pero realista: “No entramos en la Fórmula 1 solo por estar. Queremos ganar. Al mismo tiempo, sabemos que no se llega a ser un equipo puntero en la Fórmula 1 de la noche a la mañana. Se necesita tiempo, perseverancia y un cuestionamiento incansable del statu quo. Para 2030, queremos luchar por el Campeonato del Mundo”.

El equipo de Fórmula 1 liderará la nueva identidad de marca de Audi

El Audi R26 Concept es una declaración clara y ofrece un avance del diseño y la combinación de colores del primer monoplaza de Fórmula 1 de la marca, que se presentará en enero. Esta identidad visual se basa en la filosofía recientemente introducida y sus cuatro principios: diseño claro, técnico, inteligente y emocional. *“Estamos implementando un lenguaje de diseño que unifica todos los aspectos de nuestra organización”, afirma Massimo Frascella, Director de Diseño de Audi. “Esto convierte al proyecto de Fórmula 1 en pionero de la nueva identidad de marca, que se implantará en el futuro tanto para el equipo de F1 como para Audi en su conjunto”.*

El R26 Concept es una de las primeras expresiones de la nueva identidad visual de la marca. Las superficies gráficas minimalistas, definidas por cortes geométricos precisos, se integran a la perfección con la silueta del monoplaza de carreras. La paleta de colores incluye titanio, negro carbón y el nuevo rojo Audi. Como parte de esta identidad la marca también lucirá aros rojos, utilizados de forma selectiva para subrayar su presencia en la Fórmula 1.

La F1 como escenario global del lema “A la vanguardia de la técnica”

El proyecto de Fórmula 1 es estratégico para Audi. Refleja la reinención tecnológica, cultural y empresarial de la compañía. Su objetivo es inspirar tanto a los clientes como a los empleados. El



desarrollo y la competición se llevan a cabo dentro de un marco económicamente atractivo: un límite de costes aplicable a todos los equipos garantiza un presupuesto y unas condiciones claramente definidos, mientras que el alcance global de la Fórmula 1 ofrece una fuerte exposición de la marca y oportunidades de patrocinio.

La Fórmula 1 es una plataforma deportiva consolidada a nivel mundial desde hace décadas y, con más de 820 millones de aficionados, la competición deportiva más popular del mundo. En 2024, alrededor de 1.600 millones de telespectadores siguieron las carreras. Las valoraciones financieras de los equipos de Fórmula 1 ascienden a miles de millones de euros. El futuro equipo de Audi en la F1 ya cuenta con tres corporaciones globales como socios (adidas, bp y el futuro patrocinador principal Revolut) y existe un gran interés en apoyar a la marca de los cuatro aros en la categoría reina del automovilismo.

Para entrar en la Fórmula 1 Audi adquirió a principios de este año la totalidad del Grupo Sauber en Suiza, estableciendo así las condiciones para incorporar como inversor al fondo soberano de Qatar. Al frente del proyecto se encuentran dos directivos con una amplia experiencia, el exdirector del equipo Ferrari Mattia Binotto y Jonathan Wheatley (antes en Red Bull), que dependen directamente del CEO de Audi, Gernot Döllner. En cuanto a los pilotos, la marca de los cuatro aros apuesta por una combinación de experiencia y energía con el veterano Nico Hülkenberg (Alemania) y el joven talento Gabriel Bortoleto (Brasil).

“La Fórmula 1 es más que un simple deporte de motor”, afirma Jürgen Rittersberger, Director Financiero de AUDI AG. “Es entretenimiento, emoción, tecnología... y también un reto. Pero es precisamente esta combinación la que nos lleva a donde queremos llegar: inspirar a nuevos clientes. Con el enorme alcance de la Fórmula 1 tenemos la oportunidad de atraer a nuevos clientes para nuestra marca, especialmente en el grupo objetivo más joven, donde esta competición está experimentando un rápido crecimiento. Gracias al límite de gastos, la Fórmula 1 también es más sostenible financieramente que nunca. Cuando analizamos el desarrollo de las oportunidades de patrocinio, las evaluaciones de los equipos y el potencial de ingresos global de la Fórmula 1, una cosa queda clara: este camino tiene mucho sentido para Audi, también desde el punto de vista económico”.

De la herencia del motorsport a debutar en la Fórmula 1

La competición forma parte del ADN de Audi y siempre ha sido clave para el progreso tecnológico y la innovación. Desde el primer coche de Gran Prix con motor central hasta la tracción total quattro en los rallies, pasando por los motores diésel, híbridos y eléctricos en Le Mans, en la Fórmula E y en el Rally Dakar, Audi ha culminado con éxito todos los proyectos de motorsport mostrando determinación, coraje, perseverancia y espíritu de equipo, siempre siendo pionera. La participación de Audi en la Fórmula 1 pretende seguir por este camino.

La máxima categoría del automovilismo deportivo se considera el laboratorio de pruebas más exigente del mundo. Los cortos ciclos de desarrollo, la mínima cadena de mando y la rapidez en la toma de decisiones pretenden servir de modelo para toda la compañía. Al mismo tiempo, Audi está al tanto de los últimos avances tecnológicos y materiales. La Fórmula 1 también es un

motor tecnológico tanto para la movilidad eléctrica como para los combustibles sostenibles, dos áreas muy relevantes para los modelos de producción y en las que la normativa ofrece una gran libertad y margen para la innovación.

Los profundos cambios en el reglamento técnico de la Fórmula 1 a partir de 2026 suponen una oportunidad ideal para que Audi, como debutante, entre en la cima del automovilismo. Todos los competidores tendrán que familiarizarse al mismo tiempo con las nuevas normas y tecnologías, tanto en lo que respecta al chasis como a la transmisión.

Hitos y el camino hacia la Fórmula 1

Desde la primavera de 2022 Audi desarrolla la unidad de potencia para la Fórmula 1 en Neuburg an der Donau, la única sede operativa de un equipo de F1 en Alemania. Esta unidad de potencia está integrada por un motor de combustión interna (ICE) V6 con una cilindrada de 1,6 litros y sobrealimentación mediante un turbocompresor, un sistema de recuperación de energía (ERS) que incluye almacenamiento de energía (ES) y una unidad motor-generator eléctrico (MGU-K), así como una unidad de control electrónico (CU-K). Junto con la unidad de potencia, la caja de cambios, que también se está desarrollando en Neuburg, forman el sistema de propulsión. La nueva normativa técnica para los sistemas de propulsión de F1 tendrá una mayor relevancia para los coches de producción en serie gracias al nuevo concepto híbrido. La potencia del motor eléctrico se ha triplicado y, en el futuro, estará a un nivel comparable al del motor de combustión, que a partir de 2026 funcionará con combustibles sostenibles. Audi lleva trabajando en exclusiva en este proyecto con la empresa británica bp desde 2022.

El desarrollo del sistema de propulsión para la F1 “made in Germany” comenzó en 2022. Apenas dos años después funcionó por primera vez como una unidad completa en una simulación de carrera en el banco de pruebas. Las simulaciones virtuales y las herramientas de desarrollo digital son especialmente importantes en este proceso de desarrollo, ya que la normativa no permite probar los nuevos sistemas de propulsión en un circuito hasta principios de 2026. Al igual que en el desarrollo de los vehículos Audi de producción, los simuladores de conducción dinámica y las herramientas digitales desempeñan un papel clave. Las primeras unidades de potencia para su uso en el circuito ya están terminadas y se enviarán desde Neuburg an der Donau a sus respectivos destinos a partir de diciembre.

El equipo desarrolla y construye los coches de carreras en Hinwil. La sede suiza también se encarga de planificar y ejecutar las operaciones de carrera. Además, desde el verano de 2025 hay una oficina tecnológica en Bicester, Reino Unido, donde la presencia en el denominado “Motorsport Valley” proporciona al equipo acceso a conocimientos adicionales sobre F1. Existe una intensa cooperación técnica entre las sedes para aprovechar al máximo las ventajas y oportunidades de un equipo de fábrica mediante la integración de la unidad de potencia y el chasis.

Primera carrera en la Fórmula 1

El futuro equipo Audi F1 hará su debut público en la presentación oficial en enero de 2026. Poco después, a finales de enero, tendrán lugar en Barcelona (España) las primeras pruebas oficiales



con los monoplazas de nueva generación, todavía a puerta cerrada. En las jornadas previstas en Baréin, del 11 al 13 de febrero y del 18 al 20 de febrero, el equipo de fábrica de Audi realizará por primera vez pruebas ante el público, antes de que la marca haga su esperado debut en la máxima categoría del automovilismo en Melbourne (Australia) del 6 al 8 de marzo.

Declaraciones de Gernot Döllner

- “Nuestra entrada en la F1 es el siguiente paso en la renovación de la compañía, una estrategia diseñada para reforzar nuestra competitividad en la escena mundial. En la F1 cada segundo cuenta. El éxito exige rendimiento, precisión y trabajo en equipo. Esta mentalidad impulsará una nueva cultura en toda la compañía y será un catalizador para el cambio hacia una Audi más ágil, rápida e innovadora”.
- “Por supuesto, la F1 es pura emoción. Sin embargo, Audi se estrena con una lógica clara detrás. El límite de gastos garantiza la sostenibilidad financiera, mientras que el alcance global de la competición ofrece una visibilidad de marca inigualable. Esto abre nuevas oportunidades para atraer a otros grupos objetivo, especialmente en nuestros mercados principales: Estados Unidos, Europa y China”.
- “La historia de Audi en la F1 acaba de empezar, pero el motorsport siempre ha formado parte de nuestra identidad. Desde los Silver Arrows de Auto Union de la década de 1930, hasta el dominio en los turismos, los rallies y los triunfos en las 24 Horas de Le Mans con prototipos híbridos, cada vez que Audi ha participado en una competición ha cosechado éxitos. Audi nunca ha participado solo por competir, sino con el objetivo de liderar, innovar y ganar. Eso es exactamente lo que buscamos en la F1”.

Declaraciones de Mattia Binotto

- “Este es el proyecto más emocionante no ya del motorsport, si no de todos los deportes. El objetivo es claro: luchar por el campeonato en 2030. Ese camino requiere tiempo, las personas adecuadas y una mentalidad de mejora continua”.
- “Hemos definido nuestro camino hacia el éxito y estamos sentando las bases para ello. La F1 es uno de los entornos más competitivos. Convertirse en un aspirante al campeonato lleva tiempo: es un trayecto marcado por el progreso continuo, no por la perfección. Los errores son inevitables, pero aprender de ellos es lo que impulsa la transformación”.
- “Y es un esfuerzo de equipo: ingenieros, mecánicos, diseñadores, socios... cada contribución es un paso adelante. Pronto, nuestro debut marcará otro hito. No es solo la maquinaria que cobra vida, sino la pasión y la ambición de cientos de personas que se hacen realidad. A principios del próximo año el primer monoplaza de F1 de Audi saldrá a la pista. Ese momento será el comienzo de algo especial”

Declaraciones de Jonathan Wheatley

- “La F1 no es solo tecnología, sino también mentalidad, concentración, resiliencia y confianza sin complacencia. Nos enfrentaremos a contratiempos, pero cada uno de ellos será una



experiencia de aprendizaje que nos aportará nuevas fuerzas. Aprender de los errores en un entorno seguro hace posible el progreso”.

- “Se está gestando una cultura de convicción y resiliencia. Un equipo en el que las personas tienen la capacidad de superar los límites, aprender, mejorar y ser valientes cada día. No venceremos a los mejores haciendo menos que ellos. Los equipos ganadores de campeonatos no se construyen con magia, sino con personas que confían unas en otras y en el proceso”.
- “Esto es más que crear un equipo. Se trata de dar forma al futuro, con jóvenes talentos, socios visionarios y una mentalidad que se atreve a redefinir lo que puede ser un equipo de carreras. Cuando se apaguen las cinco luces de salida en Melbourne, Audi competirá en la Fórmula 1 por primera vez. Veremos un equipo que cree en sí mismo, en la misión y en nuestro potencial ilimitado”.

Declaraciones de Massimo Frascella

- “Queremos dar forma a una marca capaz de crear una profunda conexión emocional que forje nuevas asociaciones con marcas afines e inspire a una comunidad global que no solo esté formada por aficionados a la F1, sino también por personas que aprecian la determinación y la sofisticación”.
- “Con nuestro debut en la F1 estamos introduciendo un diseño unificador para reunir todos los aspectos de nuestra organización. En su núcleo se encuentran nuestros cuatro aros. Son la base sobre la que se construye el resto de nuestra marca”.
- “El Audi R26 Concept es una de las primeras expresiones de este nuevo diseño. Queremos tener el coche más llamativo de la parrilla, ser la marca más atrevida fuera de la pista y crear un impacto cultural que vaya más allá de los circuitos”.

Más información: <http://prensa.audi.es/?p=144369>

Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

Información y fotos en las websites de prensa de Audi

<http://prensa.audi.es>

<https://www.audi-mediacycenter.com>



El Grupo Audi es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium y de lujo. Sus marcas Audi, Bentley, Lamborghini y Ducati producen en 21 plantas distribuidas en 12 países. Audi y sus socios están presentes en más de 100 mercados en todo el mundo.

En 2024, el Grupo Audi entregó a sus clientes 1,7 millones de automóviles de la marca Audi, 10.643 vehículos Bentley, 10.687 vehículos Lamborghini y 54.495 motocicletas de la marca Ducati. En el año fiscal 2024, el Grupo Audi alcanzó una facturación de 64.500 millones de euros y un beneficio operativo de 3.900 millones de euros. A 31 de diciembre, el Grupo Audi emplea a nivel mundial a más de 88.000 trabajadores, más de 55.000 de ellos en AUDI AG en Alemania. Con sus atractivas marcas y nuevos modelos, el grupo continúa avanzado sistemáticamente en su objetivo para convertirse en un proveedor premium de movilidad sostenible y completamente conectada.

Audi entrará en la Fórmula 1 por primera vez en 2026 con su propio equipo de fábrica y un sistema de propulsión híbrido (“Unidad de Potencia”) desarrollado en Alemania. El futuro equipo tiene dos sedes: Audi Formula Racing GmbH, fundada específicamente para el proyecto, está desarrollando la Unidad de Potencia en Neuburg an der Donau. Hinwil, en Suiza, albergará el desarrollo del monoplaza, así como la planificación de las carreras. La Fórmula 1 está considerada la cumbre del automovilismo y, con su alcance global, es una de las plataformas deportivas más importantes del mundo. Otro factor decisivo para la entrada de Audi es la nueva normativa de la FIA, que a partir de 2026 incluirá combustibles sostenibles y aumentará la cuota eléctrica de la unidad de propulsión híbrida hasta casi el 50%.
