



RASSEGNA STAMPA 2009

www.sporteconomy.it

04/12/2009



Marketing - Bomboogie veste il Motorshow di Bologna

07:38 - venerdì 04 dicembre 2009

Il marchio torinese di street e casualwear Bomboogie vestirà lo staff del Salone Internazionale dell'Automobile per la sua 34° edizione (un'operazione gestita dall'agenzia RTR). È così che per il settimo anno consecutivo Bomboogie si aggiudica il titolo di abbigliamento ufficiale della manifestazione fieristica aperta al pubblico più visitata del Paese.

La firma dell'accordo è stata siglata, come tradizione, da **RTR Sports Marketing**, agenzia attiva nel campo delle sponsorizzazioni sportive, che gestisce la partnership dal 2003.

Questa edizione straordinaria del Motor Show, a Bologna Fiere da questa mattina all'8 dicembre 2009 segnerà un vero e proprio ritorno alle origini, offrendo il meglio delle gare e delle esibizioni che hanno fatto la storia del Salone. Facendo affidamento sui dati ufficiali del 2008, che hanno visto un'affluenza di **972.060 visitatori** e **320 espositori provenienti da 19 Paesi di tutto il mondo**, sono ambiziose le attese. Tantissimi gli appassionati che accorreranno per vivere dal vivo un'esperienza unica e indimenticabile: **un pubblico giovane e dinamico** per lo più maschile (86% di uomini) con un'età media di 29 anni. **Lo stesso che sceglie di vestire Bomboogie**, sposando il suo stile street-casual.

BOMBOOGIE sarà **Title Sponsor** di alcune tra le più coinvolgenti gare del Motor Show 2009: **BOMBOOGIE GT Challenge**, **BOMBOOGIE Historic Rally**, **BOMBOOGIE Xtreme Supermotard**. Il suo logo sarà presente su cartelli, torri pubblicitarie, totem e backdrop premiazione.

*"Abbiamo voluto riconfermare per il settimo anno consecutivo il nostro impegno come Abbigliamento Ufficiale del Motor Show - dichiara **Cristiano Musso**, amministratore di **Space 2000**, società torinese proprietaria del marchio - perché si è trattato, grazie ad **RTR**, di un'operazione di grande successo. Sin dalla prima edizione infatti **BOMBOOGIE** ha ottenuto un riscontro molto positivo da parte del pubblico del Motor Show, che è perfettamente in sintonia con il nostro target di riferimento".*