

Osservatorio ▶ Dalla Redazione ▶ Comunicati stampa

## **BOMBOOGIE e Motor Show: un sodalizio lungo 7 anni**

2/12/2009

È ormai un punto fermo il sodalizio tra BOMBOOGIE e il Motor Show.



# BOMBOOGIE

Il noto marchio torinese di street and casual wearing, infatti, vestirà lo staff del **Salone Internazionale dell'Automobile** anche per la sua 34<sup>a</sup> Edizione, grazie ad 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 leader nel campo delle sponsorizzazioni sportive, che gestisce la partnership dal 2003. **Questa Edizione straordinaria del Motor Show, a Bologna Fiere dal 4 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 and strong.

Abbigliamento e non solo. Per penetrare più a fondo nello spirito della manifestazione 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 spiccherà 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".

**Riccardo Tafà**, amministratore unico di **RTR**, aggiunge: "Una partnership viene riconfermata negli anni, perché funziona. E l'associazione tra il marchio BOMBOOGIE ed il Motor Show è un chiaro esempio di un matrimonio ben riuscito in termini di visibilità e credibilità".