

Milano – 09 febbraio 2010. Garmin, azienda leader mondiale nella navigazione satellitare da sempre vicina al mondo dello sport, annuncia di essere diventata **Fornitore Ufficiale della Federazione Italiana Rugby**

. La partnership è valida per le partite casalinghe allo Stadio Flaminio di Roma del Sei Nazioni 2010

(

Italia – Inghilterra il 14 febbraio e Italia - Scozia il 27 febbraio)

e per i Test Match che si terranno in Italia nel prossimo mese di novembre.

La sponsorizzazione rientra nella strategia di Garmin di incrementare l'awareness e rinnovare la brand image, attraverso una comunicazione che arrivi a un target più giovane: il 2010 rappresenta una svolta strategica per l'azienda, che punta ad associare ai messaggi e ai valori per cui è universalmente nota nel proprio settore - elevata competenza specialistica, serietà, prestigio - un'anima emozionale e dinamica che l'avvicini ai gusti e alle esigenze degli utenti italiani.

L'accordo prevede una visibilità a trecentosessanta gradi per Garmin, che potrà contare su diverse iniziative come la presenza di led luminosi a bordo campo, cartelloni fissi, spot sul megaschermo dello Stadio, loghi sugli sfondi delle interviste. A questo si aggiunge anche la presenza di uno stand Garmin all'interno del Villaggio del Terzo Tempo del Flaminio, immancabile punto di ritrovo per migliaia di tifosi.

“Il rugby è uno sport giovane, dinamico e con una connotazione etica molto positiva, e Garmin è davvero entusiasta di associare il proprio brand a questo movimento e di essere il Fornitore Ufficiale della Federazione Italiana Rugby, perchè ci permette di sottolineare nuove sfumature comunicative che contribuiscono alla crescita della nostra notorietà in Italia”, ha dichiarato **Maria Aprile, Marketing Manager di Garmin Italia.**

“Quest'anno abbiamo deciso di rafforzare i nostri piani di comunicazione rivolti al brand e di sposare lo sport come principale canale per veicolare i valori di un brand che si evolve assieme ai suoi utenti: siamo contenti che il rugby e i giocatori della Nazionale entrino a far parte delle attività di comunicazione che svilupperemo nei prossimi mesi.”

Il legame con lo sport, da sempre al centro delle strategie dell'azienda leader nel settore della navigazione satellitare e degli strumenti sportivi dotati di tecnologia GPS, si

approfondisce e il rugby si affianca alle altre discipline sportive che nel corso degli ultimi anni hanno rappresentato un momento importante di contatto con i propri utenti: da qualche anno, infatti, Garmin è sponsor della squadra ciclistica Garmin Slipstream a livello internazionale.