



MTECH si ripositiona con prodotti di alta gamma sul mercato dell'abbigliamento e accessori da moto .

MTECH con la Collezione 2009 desidera comunicare il nuovo orientamento dell'Azienda del Gruppo Mastrotto di Arzignano (Vi) che corrisponde all'adozione di una nuova brand identity. Il marchio romboidale che spicca sui capi Uomo/Donna non rappresenta altro che l'idea che si vuole veicolare: una vera rivoluzione stilistica data da una nuova impronta creativa con contenuti tecnologici all'avanguardia.

L'obiettivo di MTECH è di riposizionarsi sul mercato dell'abbigliamento moto con prodotti di alta gamma la cui la vestibilità e l'ergonomia sono state totalmente rivisitate.

Restyling del brand, nuova strategia di marketing, un nuovo management alla guida dell'azienda, fra cui Dora Vanelli di Inside Sport, alla Comunicazione e Media Relation.

MTECH è presente al 66° Salone Internazionale di ciclo e motociclo di Milano al Pad 18 standC75.

Ufficio Stampa
Inside Sport