**Expoagro se viste de estreno**

*Por primera vez, la marca de indumentaria Legacy formará parte de la exposición rural a cielo abierto más grande del país. A su vez, será la ropa oficial del equipo de Expoagro.*

Simpleza, durabilidad y tradición son algunos de los valores asociados a la indumentaria que suele vestir el hombre de campo. Pero el uso intensivo y cotidiano en las distintas labores rurales no excluye que dichas vestimentas no puedan ser finas, de alta calidad, y hasta con cierta sofisticación. Toda una serie de características que fácilmente pueden ser atribuibles a Legacy, la clásica marca de indumentaria que realizará su debut en Expoagro.

La empresa, con más de 40 años de presencia en el país, es uno de los auspiciantes oficiales y vestirá a todo el equipo de la 12va edición de la muestra, que tendrá lugar del 13 al 16 de marzo en el predio estable de San Nicolás, ubicado en el kilómetro 225 de la Ruta Nacional N9. “Tenemos mucha expectativa respecto a nuestra participación en Expoagro”, asegura entusiasmado Patricio Helfrich, uno de los ejecutivos de la compañía.

Durante los cuatro días que se prolongue la feria, el público podrá acceder de manera anticipada a la colección de invierno que semanas después poblará la vidriera de todos los locales de la marca que se extienden a lo largo y ancho del país. Camisas, pantalones de gabardina, corderoy, pulóveres, jeans, buzos, polos, sweaters, remeras y accesorios para el hombre y la mujer son algunos de los productos que podrán verse en el stand que la firma, netamente nacional, tendrá en la exposición.

Caracterizada por sus diseños clásicos, elegantes, y su fuerte asociación con un circuito deportivo que comprende al rugby, el polo y el golf, la marca de indumentaria masculina y femenina tiene como objetivo expandirse hacia otras áreas. Y los valores que transmite el campo argentino, junto a la reactivación que experimenta el sector, encajan de manera perfecta con el modelo que lleva adelante Legacy. “Esperamos que el consumo se reavive y tome una dinámica creciente, para así poder seguir expandiendo nuestra marca hacía todo el país”, comenta Helfrich.