

Venerdì mattina alla Torneria Tortona, nel centro di Milano, è stato ufficializzato un nuovo e importante accordo siglato tra la Lega Nazionale Professionisti B e BKT, big player nel mercato degli pneumatici *Off-Highway*, da oggi Title Sponsor del Campionato Serie B per le prossime tre stagioni. **“Serie BKT”** sarà il nuovo nome della Serie B, rappresentato da un logo che unisce BKT e Lega B, che accompagnerà le squadre, i Club e le tifoserie, a partire dalle 42 giornate, e dai Playoff e Playout, della prossima stagione in 22 campi da gioco italiani. Una collaborazione che mira anche a sostenere la formazione dei giovani talenti grazie a un programma di attività focalizzate sui debuttanti, le scuole di calcio e gli stadi delle città cui appartengono le squadre della Serie B. Crescita e unione diventano così i pilastri di **“Serie BKT”**, valori fedeli allo stesso claim dell’azienda, *Growing Together*, con l’obiettivo di condividere la passione tra giocatori e fan, entrando così in relazione diretta con Club e tifoserie, e, nel contempo, implementare la brand awareness di BKT in Italia.

*“Sono molto soddisfatta di questo accordo che rientra a pieno titolo nella strategia di branding di BKT con focus sul territorio italiano dove abbiamo la nostra sede di riferimento per l’Europa - **dichiara Lucia Salmaso, Amministratore Delegato BKT Europe** - Il calcio in Italia è da sempre uno sport molto amato e vissuto con grande passione e partecipazione, entrare quindi in questa relazione privilegiata è per noi importante poiché vi ritroviamo uno stile e una filosofia di pensiero che ci appartiene, fondata sulla passione, la fedeltà, la forza di volontà e la tenacia nell’affrontare le sfide quotidiane del mercato”.*



“Questa partnership prosegue il percorso di crescita e di internazionalizzazione che la Lega B sta portando avanti con forza e convinzione per il proprio brand. Un cammino indispensabile per garantire maggiore sostenibilità economica ai propri club e per stimolare ancora maggiore interesse e coinvolgimento da parte del

pubblico. - commenta Mauro Balata, Presidente Lega B - Avere sposato il progetto di un'azienda di livello mondiale e di grande prestigio internazionale, leader nel proprio settore, traccia un sentiero che porterà la Serie B sempre più su questa strada. Per la sua imprevedibilità, per lo spettacolo e il numero di gol che garantisce, per l'equilibrio del torneo, per la forte e radicata presenza sul territorio e sul sociale e, infine, per il blasone delle squadre che vi partecipano la Serie B è un campionato che ha, nel corso degli ultimi anni, costruito una sua forte identità e acquisito una sua dignità. È quindi uno degli attori principali e di primissimo piano del mondo del calcio e questa partnership conferma ancora di più questa caratteristica".

Molte le assonanze, quindi, tra i principi cardine di BKT e lo spirito di Lega B.

Prima di tutto la volontà di raggiungere sempre nuovi traguardi, da cui l'impegno, la ricerca della perfezione, la forza nel perseguire gli obiettivi. Se la Lega B è un incubatore di talenti per i palcoscenici di primo livello del calcio nazionale, BKT, attraverso la Ricerca & Sviluppo, l'ascolto e la consulenza riservata ai propri utilizzatori, lo è all'interno del suo mercato.

Denominatore comune di questa partnership la capacità di cogliere le sfide vinte grazie all'affidabilità dei propri "player", così come la tenacia nel voler ottenere performance eccellenti su ogni terreno o campo da gioco.

Il calcio è da tempo nel cuore di BKT. Ne è un concreto esempio la scelta di fare del re del football freestyle **Iya Traoré, lo special guest ufficiale dei principali eventi nel mondo**, oltre alla consuetudine di distribuire palloni da calcio ai visitatori e ospiti in occasione degli appuntamenti fieristici.

Passione per lo sport e lo spettacolo si ritrovano anche nelle motivazioni che hanno portato BKT a essere sponsor di altre manifestazioni internazionali, come il **Monster Jam**, di cui è partner dal 2013, **famoso show acrobatico americano, con tappe anche in Europa, dove giganteschi Monster Truck** equipaggiati con gli pneumatici BKT si esibiscono in incredibili acrobazie.

O ancora, il **recente XTRACTOR Around the World in Sudafrica**, una spedizione durata quaranta giorni dove a bordo di trattori agricoli McCormick di ultima generazione alcuni driver del 1° Reggimento paracadutisti "Tuscania" hanno percorso oltre 7000km di questo territorio, sostenendo anche iniziative umanitarie a fianco di AMREF, come la costruzione di un **campo da calcio di 100m x 50m e di un orto comunitario**.

La nuova "Serie BKT" trova quindi perfetta coerenza a una strategia di marketing e di

comunicazione avviata da tempo con l'obiettivo di aumentare la notorietà del brand che andrà a beneficiare della visibilità in tutti gli stadi della Lega B, in campo e sulle tribune, e le trasmissioni televisive e reti TV, nonché le iniziative di promozione che ruotano intorno al Campionato, intercettando così un vasto pubblico di appassionati.

Un accordo che porta la firma di Havas Sports & Entertainment Havas SE, team di specialisti di Havas Media Group, che opera attivamente nella creazione di relazioni significative tra i brand e le community di fan, facendo leva sulla capacità emozionale dello sport e dell'entertainment.

Stefano Spadini, CEO Havas Media Group afferma: *“Al termine del primo anno di collaborazione con la Lega Nazionale Professionisti B, con una progettualità che parte dalle sponsorizzazioni per costruire valore attivando tutti gli asset della Lega, annunciamo oggi BKT come title sponsor. Questo importante accordo è la dimostrazione di quanto la messa a fattor comune degli obiettivi di una property e un'azienda, possa creare una partnership in grado di portare prossimità con i fan e costruire un legame duraturo. Il nostro ruolo come advisor è stato centrale in questo accordo; stiamo lavorando a diversi altri progetti che credo porteranno ad altrettanti soddisfacenti risultati di business”.*



© riproduzione riservata
pubblicato il 25 / 06 / 2018