

Si fa sempre più forte la voce di BKT in ambito sportivo. **Il Gruppo indiano diventa Premium Partner di Euroleague Basketball**, l'organizzatore delle due più prestigiose competizioni europee tra club di pallacanestro, la Turkish Airlines EuroLeague e la 7DAYS EuroCup, che raggruppano le 42 squadre più forti in rappresentanza di ben 14 Paesi.

L'accordo con EuroLeague Basketball durerà 3 anni, fino alla stagione 2022-2023. Il brand BKT sarà già visibile a partire dalle prime partite della stagione 2020.

La Premium Partnership consentirà a BKT di promuovere il proprio brand attraverso tutti i touch-point all'interno delle arene nelle quali si giocano sia EuroLeague che EuroCup, come i supporti LED, Jumbotron e le attivazioni on-site; a livello televisivo con grafiche e header TV e backdrop interviste pre e post partita. BKT sarà inoltre presente sui media digitali e social di EuroLeague ed EuroCup.

Il basket è solo l'ultima in ordine temporale di una lunga lista di importanti sponsorizzazioni sportive. Una strategia distintiva, che sta portando BKT nelle case di tutti gli appassionati di Monster Jam, de LaLiga spagnola, de la Ligue 2 BKT francese, della Serie BKT italiana, del cricket australiano con la KFC Big Bash League e di quello indiano della T-20 League.

Dal 2018 BKT ha avviato una coerente strategia di investimento nello sport e la sua brand awareness é in costante crescita, frutto dell'impegno di una proprietà e di un team internazionale di collaboratori, da sempre appassionati di sport.



“Sono felice di questo nuovo accordo. In BKT abbiamo scelto una strada tutta nostra,

consapevoli di essere i primi B2B, nell'ambito degli pneumatici specializzati, nelle partnership sportive" - dice Lucia Salmaso, CEO di BKT Europe - "Essere Premium Partner di Eurolega ci permette di poter essere sponsor esclusivi del nostro settore, su una delle piattaforme sportive più importanti non solo del continente europeo, con un impatto internazionale sulla nostra visibilità."

"Diamo il benvenuto a BKT nella nostra famiglia e condividiamo con tutto il cuore il loro motto, Growing Together, perché è esattamente ciò che cerchiamo di fare con tutti i nostri partner", dichiara Jordi Bertomeu, Presidente e CEO di EuroLeague Basketball. "I pneumatici BKT sono famosi per la durata, l'affidabilità, la precisione e le ottime prestazioni, qualità che i nostri giocatori e club dimostrano ogni settimana sul campo da basket."



Jordi Bertomeu

L'EuroLeague Basketball ha numeri da capogiro e una grande fan base di oltre 300 milioni di appassionati. La competizione viene trasmessa in più di 175 Paesi e

territori, con più di 3 miliardi di spettatori a stagione. Impressionante anche la digital audience, chesi moltiplica grazie anche ai canali delle squadre e dei giocatori.

Essere partner di una Lega così prestigiosa, permetterà a BKT una copertura internazionale e una visibilità capillare: 36 città coinvolte in 14 nazioni in Europa.

Il profilo del pubblico di EuroLeague, internazionale e appassionato, è in linea con il target di BKT, azienda multinazionale presente in 160 Paesi del mondo, dove l'Europa resta il mercato principale.

*“Lo sport ci piace moltissimo. I valori che condividiamo con esso sono i driver degli investimenti BKT: la passione, la sfida, il fairplay e l'attenzione ai giovani talenti.” - **conclude Salmaso.** “I fan del basket sono estremamente fedeli e appassionati. Siamo orgogliosi di entrare nel mondo della pallacanestro con una partnership così prestigiosa.”*

© riproduzione riservata pubblicato il 30 / 09 / 2020