

*“Non è calcio. È LaLiga.”* Quella dove si sfidano i migliori club del mondo, dove giocano i calciatori più talentuosi, le stelle che tutti gli appassionati ammirano e sognano di diventare. Ma è anche fonte di super emozioni, perché LaLiga è il campionato più seguito al mondo. Una competizione con una *reach* globale che è sinonimo di talento e prestigio.

Questi sono i motivi per cui BKT ha scelto senza incertezze di proseguire per altri tre anni la partnership con LaLiga in qualità di Official Global Partner, fino alla fine della stagione 2024/2025. Un'incredibile alleanza che porta BKT in tutte le case del mondo, insieme al calcio spettacolo.

La multinazionale indiana, specializzata in pneumatici *Off-Highway*, è conosciuta da anni nel mondo sportivo internazionale per essere sponsor di molti campionati, in numerose e diverse discipline. Oltre al calcio, il basket, il cricket, il rugby, proprio perché vede nello sport un formidabile strumento con molteplici capacità. Oltre a supportare BKT a incrementare la propria *brand awareness*, lo sport è veicolo di emozioni e di valori positivi. Tra tutti lo spirito di squadra e collaborazione, l'inclusione. Temi cari a BKT e che l'azienda vuole comunicare, diffondere e promuovere in tutto il mondo.

Ma quella con il calcio spagnolo è un'alleanza che si rinnova all'insegna di un entusiasmo e di una passione unici; iniziata nel 2019, questa partnership si basa su valori comuni, dove il *fairplay* si fa sentire e vale sia dentro che fuori gli stadi.

BKT e LaLiga sono unite infatti nella volontà di diffondere la cultura sportiva che si basa sul rispetto per le persone e per gli avversari, sull'impegno, sulla determinazione, sull'accettazione delle sfide, sulla costanza e, non da ultimo, sul lavoro di squadra.

**Lucia Salmaso**, CEO di BKT Europe ha commentato: *“Siamo emozionati e orgogliosi di continuare il nostro viaggio a fianco de LaLiga. Mi piace pensare che siamo due realtà importanti, ognuno nel rispettivo mercato, capaci di vedere al di là della semplice operazione di marketing e di restituire al contrario reciproca ispirazione, gli uni agli altri. Il mercato è il mondo ormai, per agire in termini globali oggi ci vuole un linguaggio comune che arrivi a comunità sempre più grandi. E in tutto questo, cosa c'è di più virale dello sport?”*.

**Óscar Mayo**, Executive General Director de LaLiga, ha spiegato: *“La partnership di LaLiga con BKT negli ultimi tre anni ci ha permesso di supportarli nell'aumentare significativamente la loro visibilità globale attraverso il nostro pubblico e tutti i tifosi. Entrambi cerchiamo l'eccellenza in ciò che facciamo, e questo è sicuramente un rapporto che siamo lieti di rinnovare per un nuovo ciclo”*.

Questa partnership è anche una scelta strategica per BKT, dato che la Spagna è un mercato strategico per BKT, tra i più importanti d'Europa, soprattutto in ambito agricolo. L'azienda fornisce pneumatici adatti a diversi ambiti specializzati, ma è grazie all'esperienza diretta con gli utilizzatori del comparto agricolo che BKT è oggi uno dei brand più conosciuti. La partnership con la LaLiga non può allora che essere il *boost* più atteso, anche a livello commerciale.

E non solo Spagna, LaLiga è veicolo di emozioni in tutto il mondo e BKT, presente con i suoi prodotti in oltre 160 Paesi, può così raggiungere milioni di appassionati.

*“Questa collaborazione ci dà nuovamente l'opportunità di rafforzare la nostra presenza e brand awareness in Spagna, un Paese per noi strategico e molto importante in termini di business - **conclude Lucia Salmaso**. Attraverso lo sport siamo in grado di raggiungere i nostri utilizzatori utilizzando un canale che fa battere il cuore. Perché lo sport è un linguaggio comprensibile da tutti, semplice e diretto, per questo universale”.*

© riproduzione riservata pubblicato il 9 / 05 / 2022