

Le venti migliori Nazionali di rugby al mondo, nove città coinvolte ed oltre un mese di sfide spettacolari. Il trionfo del Sudafrica, che sabato 28 ottobre allo Stade de France ha prevalso sulla Nuova Zelanda al termine di una sfida avvincente e in bilico fino all'ultimo minuto di gioco, ha chiuso ufficialmente la **Rugby World Cup France 2023**. **BKT**, in qualità di Official Tire della competizione, grazie al suo impegno costante nel promuovere il rugby e coinvolgere i fan, è riuscita a trasmettere l'entusiasmo della palla ovale a un pubblico globale attraverso una serie di attivazioni coinvolgenti ed esperienze uniche.

Sin dall'inizio del percorso verso la Rugby World Cup France 2023, l'azienda leader nella produzione di pneumatici Off-Highway ha messo in mostra la sua passione per lo sport e l'entusiasmo per questo evento straordinario. A partire da SIMA 2022, il Salone Internazionale delle Macchine Agricole, BKT ha ingaggiato i visitatori con la BKT Challenge: 30 secondi in cui testare la propria velocità di reazione e di coordinamento con il Batak game e il pallone da rugby. Questa divertente iniziativa, che unisce agricoltura e rugby ha trovato espressione anche durante il SIA, il Salone Internazionale dell'Agricoltura, un'altra delle principali fiere di settore. Nelle due fiere BKT ha regalato un totale di 80.000 palloni da rugby.

Ma le attivazioni non si sono fermate qui. BKT si è resa protagonista del "Rugby's Land", un progetto brand content che ha visto protagonisti quattro rugbisti francesi, coinvolti in contenuti sulla crescita dei giocatori e sull'importanza del lavoro di squadra, e della "BKT Challenge" digitale, un gioco coinvolgente che ha visto i fan sfidarsi per far passare un pneumatico tra i pali da rugby. L'azienda ha voluto portare anche la palla ovale sulle strade con il France 23 Rugby Tour, invitando gli appassionati a centrare i tre pneumatici e offrendo l'opportunità di mettere alla prova le loro abilità per vincere un pallone BKT. Nell'area circostante agli stadi, invece, ha riscosso grande coinvolgimento la "Sing with BKT", un photocall animato in cui due comici incoraggiano i fan a cantare la loro canzone migliore.

"Siamo entusiasti di aver supportato la Rugby World Cup France 2023. Le attivazioni che abbiamo organizzato sono state un modo per trasmettere a tutti il fascino del rugby e la passione per questo sport: volevamo creare un'esperienza unica che andasse oltre i campi da gioco, in grado di unire le persone e creare condivisione" - afferma Lucia Salmaso, Managing Director di BKT - "Il rugby è uno sport che richiede una squadra unita e noi ci identifichiamo con questo aspetto. In BKT, crediamo nell'importanza del lavoro di squadra e dell'innovazione, che sono elementi fondamentali per il nostro successo".

Un successo che è stato certificato anche dai numeri: il France 23 Rugby Tour ha visto partecipare oltre 10 mila persone e generato oltre 7 milioni di impression sui social media,

mentre la “Rugby’s Land” ha fatto registrare 4 episodi con 1M di visualizzazioni e 12 contenuti con 3M di impression. La finale del torneo è stata preceduta dall’evento conclusivo presso il Pavillon Royal alla presenza di 300 partner arrivati da ogni angolo del mondo: il mantra di BKT è **“Growing together”** e crede in una comunità globale che può essere unita attraverso lo sport, aiutando ad avere un impatto positivo sulla società. La passione, l’entusiasmo e l’impegno dimostrati in queste attività hanno reso la connessione tra il rugby e BKT ancora più forte.

© riproduzione riservata pubblicato il 3 / 11 / 2023