

Si è ufficialmente concluso il campionato della Serie BKT di cui BKT è Title Sponsor: si è infatti disputata ieri l'ultima partita dei playoff che ha visto il **Venezia** pareggiare con il Cittadella guadagnando la promozione in serie A insieme alla **Salernitana** e all'**Empoli** che hanno concluso il campionato in cima alla classifica con rispettivamente 69 e 73 punti.

Un campionato avvincente e sfidante per tutti i giovani talenti delle squadre, ma anche per BKT che ha celebrato quest'anno il terzo anno di Title Sponsorship del campionato degli italiani, rinnovando inoltre la collaborazione con Lega B fino al 2024.

Sono tante le attivazioni che l'azienda produttrice di pneumatici *Off-Highway* ha dedicato nei mesi scorsi ai tifosi della Serie BKT, a partire dall'ormai celebre **BKT Premia**, il concorso che ha assegnato oltre 2.000 premi tra maglie, palloni ufficiali e altri gadget.



Diverse anche le campagne di solidarietà organizzate da BKT insieme a Lega B, come la raccolta fondi **#entraingiooco** lanciata con Fondazione Cesvi lo scorso dicembre e dedicata alla protezione dell'infanzia che ha raccolto oltre 3.000 € a beneficio dei bambini meno fortunati a cui si è aggiunta la donazione di 10.000 € di BKT. Lo Sponsor ha supportato a inizio maggio anche i Children's Days, la serie di incontri digitali dedicati al futuro dei bambini organizzati sempre da Fondazione Cesvi.

E durante i playoff, nell'ottica di coinvolgere i tifosi, BKT ha lanciato la campagna social **THE VOICE** invitando i fan a commentare tramite registrazioni audio i goal più belli delle partite, realizzando video delle reti più suggestive raccontate attraverso le parole dei supporter.

E per saperne di più su tutte le numerose attività sportive che il Gruppo BKT sponsorizza basta visitare il sito: <https://sponsorship.bkt-tires.com/>.

Queste iniziative hanno permesso a BKT di raggiungere in modo diretto i tifosi aumentando così la propria brand awareness, come dimostrato dai sondaggi condotti recentemente dal brand che riportano come oltre il 40% dei fan riconosca il marchio BKT.

Per ultimo, BKT ha lanciato con DAZN, il nuovo format dedicato alla Serie BKT *“Growing Together*, in onda sulla celebre piattaforma streaming, un viaggio che racconta le città della Serie BKT attraverso il volto e le parole di giovani talenti calcistici che incontrano i giovani startupper locali, con le loro idee innovative, sperimentali e sostenibili.

Un’iniziativa, questa, che dimostra ulteriormente l’impegno e la volontà del brand nel sostenere concretamente i talentuosi giocatori delle squadre della Serie BKT.



*“Quella della Serie BKT è per noi una bellissima avventura che ci permette di entrare in contatto e sostenere i giovani calciatori di questo campionato - ha commentato **Rajiv Poddar, Joint Managing Director di BKT** - Il torneo rappresenta del resto un bacino incredibile di talenti, una vera e propria palestra che prepara i ragazzi a gareggiare in competizioni maggiori. Ogni anno il campionato regala sorprese e sfide sempre più avvincenti grazie anche al sempre crescente livello di preparazione tecnica. In questa stagione abbiamo assistito a delle performance eccezionali e siamo davvero orgogliosi di poter supportare questa competizione. Le nostre congratulazioni alle squadre promosse!”*

Tra pochi giorni arriverà al capolinea anche il campionato della Ligue 2 BKT, la seconda divisione del campionato francese sponsorizzata sempre dal Gruppo indiano.

Un punto di vista privilegiato sui talenti di domani, quello di BKT, Title Sponsor delle seconde serie di calcio italiana e francese: *“La nostra decisione di supportare questi campionati in Italia e in Francia non è casuale - continua **Rajiv Poddar** -entrambe le*

Si chiude ufficialmente il campionato della Serie BTK: tante le campagne e le attivazioni organizzate | 3

competizioni permettono di supportare i giovani calciatori delle due serie, portando così in vita il nostro motto "Growing Together" che per noi è molto più di uno slogan: è una missione che mette le persone al centro della nostra strategia di brand. Noi produciamo pneumatici Off-Highway, ma siamo prima di tutto dei grandi appassionati di Sport!".

© riproduzione riservata pubblicato il 31 / 05 / 2021