BKT ha chiuso il 2020 all'insegna di sport & solidarietà. Lo ha fatto attraverso il calcio, promuovendo e aderendo a numerose iniziative che hanno coinvolto diversi stadi italiani (in qualità di Title Sponsor di Serie BKT), francesi (in qualità di Title Sponsor di Ligue 2 BKT) e spagnoli (in qualità di Official Global Partner de LaLiga).

Si, perché lo sport è anche questo: non solo divertimento e intrattenimento ma anche aiuto e condivisione. E di questi tempi di sostegno e fratellanza c'è più bisogno che mai.

Raccolte fondi dedicate ai bambini meno fortunati, campagne per l'acquisto di alimenti per i più bisognosi e regali inaspettati ai piccoli tifosi: sono queste alcune delle attività che BKT ha sostenuto durante il periodo natalizio appena trascorso, con l'obiettivo di rendere queste festività più serene e gioiose per tante persone.

In Italia, ad esempio, BKT, Title Sponsor della Serie BKT, ha fatto squadra con Lega B e Fondazione Cesvi lanciando la campagna di raccolta fondi **#entraingioco** dedicata alla protezione dell'infanzia. La campagna ha voluto accendere i riflettori sui diritti di tutti i bambini, anche e soprattutto quelli che non ne hanno i e mezzi e le possibilità, al gioco, al divertimento e alla spensieratezza.

In occasione di questa iniziativa, durante i match della 14ma giornata di serie BKT dello

scorso dicembre, il pallone ufficiale è stato portato simbolicamente in centro campo direttamente da piccoli tifosi delle squadre di casa.

Oltre alla donazione di 10.000 euro fatta da BKT, la Fondazione Cesvi ha ricevuto anche il ricavato dall'asta dei palloni ufficiali e delle maglie autografate dai capitani delle quadre della serie BKT messe in vendita tramite la piattaforma **charitystars.com/entraingioco**. L'iniziativa si è conclusa lo scorso 13 gennaio proprio con la chiusura dell'asta, che ha raccolto oltre 3.400 €. La campagna #entraingioco ha riscosso nel paese molto successo, generando oltre 400 articoli sui media italiani e raggiungendo oltre 110.000 persone sui social media.

E sono stati ancora i bambini i protagonisti delle campagne solidali promosse in Francia durante il periodo natalizio da BKT, che dallo scorso luglio è Title sponsor di Ligue 2 BKT. BKT ha scelto di regalare maglie ufficiali autografate ad alcuni piccoli tifosi, scelti per le loro storie delicate e particolari, inviando loro video messaggi realizzati direttamente dai loro calciatori del cuore. Non solo, BKT ha anche deciso di supportare tramite una donazione di 500 euro le singole onlus aderenti all'iniziativa. Le storie dei piccoli protagonisti di questa campagna sono state inoltre pubblicate sui canali social delle squadre della Ligue 2 BKT coinvolte nell'iniziativa.

In Spagna BKT ha invece aderito alla campagna de La Liga **#RetoSolidarioLaLiga**, realizzata in collaborazione con Banco Santander e FESBAL (Federazione Spagnola delle Banchi Alimentari), per raccogliere fondi destinati all'acquisto di cibo per le famiglie più bisognose.

Grazie alla cifra raccolta di oltre 130.000 €, FESBAL ha potuto acquistare ben 122 tonnellate di cibo a lunga conservazione, donando così riso, pasta legumi e alimenti per bambini alle persone meno fortunate. L'iniziativa ha raggiunto in queste settimane oltre 2000 famiglie, permettendo loro di vivere con maggior serenità questo periodo festivo.

BKT, Official Global Partner de LaLiga, ha aderito a questa iniziativa donando alla causa 5000 € e mettendo a disposizione lo scorso dicembre, durante la 18esima e 19esima giornata del campionato de La Liga, 1 minuto di visibilità sui LED a bordo campo per incentivare i tifosi ad aderire all'iniziativa donando anche solo pochi euro per aiutare chi più ne ha bisogno.

© riproduzione riservata pubblicato il 21 / 01 / 2021