



Pueyo, Raúl y Savovic posan con los representantes de Alzola con el agua comercializada. :: BORJA AGUD

Los hombres de negro confían en su agua curativa

Alzola personaliza el vehículo de la acción social con la franquicia de Miribilla aspira a paliar la anemia de su economía

:: LAURA GONZÁLEZ

BILBAO. Una campaña «saludable, transparente y de nuestra tierra». Así se presentó ayer la nueva iniciativa del Bilbao Basket, desvelada ya hace unos días por el máximo accionista del club, Gorka Arrinda, quien no estuvo presente en el acto. El que sí acudió a Miribilla fue el presidente de la franquicia, Pedja Savovic, que fue el encargado de hacer de maestro de ceremonias. Una acción social, lanzada en las redes sociales con el nombre de #planBBwater y

cuyo lema es 'BB salud y ayuda a tu equipo', con la que se persigue la meta de revitalizar las arcas del club con la venta de botellas de agua customizadas con los colores del equipo.

«Desde el primer momento, cuando vimos que había problemas de liquidez, empezamos a pensar qué podíamos hacer para afrontar esta situación. Una de las propuestas que tuvimos sobre la mesa fue la de crear una acción social, para que todos los bilbaínos y vizcainos se puedan apuntar», declaró Savovic. El mecanismo es sencillo. Desde ayer, todo aquel que quiera aportar su granito de arena sólo tendrá que acercarse a la Bilbao Basket Zona (Henao 17), donde habrá disponibles, al precio de un euro, botellines individuales, de 330 ml, con tapón negro y etiquetado en el que aparece el escu-

do del club y las firmas de toda la plantilla. Para los que esto les a poco, también se podrán encontrar packs, al igual que a través de la página web del club (www.bilbao-basket.biz). Los hay de dos tipos. 'Pack impulso', compuesto por 12 botellas, a 12 euros; y 'Pack Salud & Compromiso', con 3 cajas de 24 botellas, a 36 euros. Esta segunda opción incluye un descuento del cincuenta por ciento sobre el precio unitario. A la campaña se ha sumado la empresa de transporte urgente Nacex, patrocinadora de la Fundación, por lo que por 3 euros más se puede disfrutar del pedido a domicilio.

Involucrar a todos

En unos días, las botellas también estarán disponibles en stands ubicados en los pasillos centrales de va-



Ocio, Max Center y en El Corte Inglés). Se trata de una actividad que tiene fecha de caducidad. «Entre cuatro y seis semanas, no más», aseguró el presidente del club. «A veces las cosas requieren unas reacciones extremas en el tiempo. Tuviéramos un debate interno. ¿Ampliación de capital? ¿Búsqueda de sponsor? Eso es algo que llevamos tiempo haciendo. Queríamos que fuera algo que involucrara a todos los vizcainos. ¿Qué producto? Surgió la idea del agua vasca, con esta edición especial. Una acción muy transparente y sincera. Animamos a la gente de Bilbao y de Bizkaia que quiere el baloncesto y que quiere que esté en los niveles que merece que

Una novedosa fuente de financiación a la que su creativo, Jorge de la Herrán, augura «objetivos ambiciosos». «Tenemos el mejor equipo del mundo, la mejor agua y el mejor público objetivo, los vizcainos». La firma guipuzcoana Alzola será la encargada de realizar todo el proceso de producción. «En Euskadi se venden alrededor de 450 millones de botellas al año. Con que cada vasco beba una ya estaría financiado el club todo el año», declaró su gerente, Patxi Casal. Todo el dinero recaudado en esta acción social, descontando los gastos de producción, irá destinado a las arcas del Bilbao Basket.