



In 2014 dropte Kevin De Bruyne een bom op de sociale netwerken: een foto van zijn gezicht met de ogen van een Special Olympics-atleet die het syndroom van Down heeft. Die gebeurtenis markeerde het begin van een ongekende mediacampagne voor Special Olympics België, beloond met vele prijzen wereldwijd. Na amper 24 uur spraken alle Belgische media en verschillende Europese media over de campagne, en verschillende miljoenen Belgen en Europeanen maakten kennis met Special Olympics en het taboe rond verstandelijke beperking.

Binnen enkelen dagen brengen Special Olympics België en LDV United een vervolg aan deze eerste campagne! Samen met de hulp van meerdere internationaal gerenommeerde atleten zal de campagne zich deze keer toespitsen op het lanceren van Play Unified-challenges tussen atleten met en zonder verstandelijke beperking.

Omringd door de grootste Belgische atleten wil Special Olympics België het taboe, dat nog te vaak bestaat rond een verstandelijke beperking, verder doorbreken. De doelstelling is ook om 20.000 atleten met een verstandelijke beperking te bereiken tegen 2020, en dit dankzij de steun en medewerking van de sport ederaties, scholen, sportclubs, Steden en Gemeenten en sponsors.

Hoe deel uitmaken van deze campagne?

Als sportfederatie, neem deel aan de Olympische droom! Doe mee met uw clubs en leden om Special Olympics-atleten en Unified partners samen te brengen binnen hetzelfde team.



Gebruik de hashtag **#Playunified**, surf naar het platform www.playunified.be vanaf eind augustus en onderteken het charter om het Play Unified-label te ontvangen.

