

## Kumho étend son partenariat avec Tottenham Hotspur

- Kumho Tire signe une prolongation de partenariat de trois ans avec Tottenham Hotspur, club anglais de football qui évolue en Premier League et qui compte parmi ses attaquants le joueur coréen Son Heung-min.
- La société entend tirer parti de la popularité du championnat pour renforcer sa notoriété et sa présence mondiale en tant que fabricant de pneus.

Kumho Tire, présidé par Kim Jong-ho, a renouvelé son partenariat avec Tottenham Hotspur, le prestigieux club de football anglais en Premier League, en tant que partenaire officiel pneumatiques pour une nouvelle période de trois ans jusqu'à la saison 2020/2021. Alors que le footballeur coréen Son Heung-min a prolongé son contrat avec le club jusqu'en juillet 2023, cet accord devrait contribuer à renforcer de manière significative la présence de la marque Kumho.

L'accord a été signé à Hotspur Way, le centre de formation du club situé à Londres, au Royaume-Uni, lors d'une cérémonie à laquelle ont assisté des représentants des deux parties, dont Ju Kyungtai, président de Kumho Tire Europe GmbH, et les joueurs de la première équipe, Son Heung-min, Victor Wanyama, Fernando Llorente et Kieran Trippier.

Fondé en 1882, le club de football basé dans le nord de Londres fait partie du palmarès de la Premier League. L'équipe a terminé troisième de la saison 2017/2018 et compte plus de 400 millions de supporters et plus de 160 clubs de supporters officiels dans le monde. Il a acquis une plus grande popularité parmi les fans de football coréens depuis 2015, année du transfert du joueur coréen Son du Bayer Leverkusen de la Bundesliga allemande. Maintenant, il est presque devenu un nom familier en Corée.

Kumho Tire est partenaire mondial officiel de Tottenham Hotspur depuis 2016, lorsqu'il a signé un accord avec le club pour la première fois. Le contrat a pris d'autant plus d'importance que Son

## KUMHO TIRE

avait rejoint l'équipe la saison précédente. Depuis lors, le club s'est maintenu dans le tiercé du Championnat et s'est qualifié pour la Ligue des champions de l'UEFA, ce qui a contribué à la réussite du partenariat et à la prolongation de la transaction avec Kumho Tire.

Le prolongement du partenariat permet à la marque Kumho d'être exposée à travers différents canaux, tels que les enseignes LED et les tableaux d'affichage lors des matches de Tottenham en championnat et en coupe, les brochures de matches et le site Web du club. La société a également le droit d'utiliser le logo du club et les images de ses principaux joueurs, dont le joueur Son. En outre, l'accord prévoit l'invitation de joueurs de Tottenham à des événements et des entraînements de football avec des clients de Kumho.

La Premier League est la ligue de football la plus populaire au monde. On prévoit ses revenus des droits de diffusion à plus de 5,1 milliards de livres (7 332,5 milliards de KRW) d'ici 2019. Entre 2007 et 2011, Kumho avait sponsorisé le club de Manchester United, au sein duquel Park Ji-sung évoluait. Ces accords ont permis à Kumho de promouvoir une image de société jeune et dynamique auprès des fans de football du monde entier. En plus de la promotion de sa marque, Kumho a organisé divers événements et activités promotionnels afin de créer des relations positives avec les clients locaux et les partenaires commerciaux mondiaux.

Daniel Levy, président de Tottenham Hotspur, a déclaré: «L'élargissement de notre partenariat avec Kumho Tire renforce le succès de la relation que nous entretenons depuis deux ans. Il est exaltant de poursuivre cette collaboration qui nous permettra de soutenir le développement des ventes et de la notoriété de la marque Kumho par le biais de nos outils de communication digitale en croissance, tant au Royaume-Uni que sur les principaux marchés internationaux. »

Ju Kyungtai, président de Kumho Tire Europe GmbH, a ajouté: «Nous sommes ravis de renforcer notre association avec un club aussi prestigieux que Tottenham Hotspur. Ce partenariat a déjà été extrêmement fructueux et nous sommes impatients de continuer à travailler avec nos clients et les fans du club à travers le monde, ce qui nous permettra de renforcer la notoriété de notre marque et notre position de fabricant mondial de pneus. »