Kumho Tyres Italia, filiale del gruppo internazionale Kumho Tire Co. Inc., ha rinnovato la ormai pluriennale partnership con Gsport, stipulando un nuovo accordo che prevede la sponsorizzazione di ben sei squadre nelle due massime serie di calcio italiane. Il marchio Kumho Tyres compare già dalle prime partite sui campi di Parma, Roma, Bergamo, Firenze, Novara e Bari, un carnet di team prestigiosi, che contribuirà a dare un nuovo impulso alla notorietà del marchio Kumho anche nella Stagione 2012-2013. Sono previste uscite pubblicitarie durante tutto il campionato di Serie A e B, per un totale di 118 partite. Fanno parte del pacchetto anche biglietti VIP, comprensivi di hospitality e parcheggio, per i migliori clienti Kumho.

Kumho Tyres Italia ha deciso di confermare la collaborazione con Gsport, sulla base dell'esperienza positiva maturata durante il Campionato 2011-2012, in cui aveva pianificato campagne pubblicitarie a bordo campo, in occasione di alcuni grandi match.

Grande soddisfazione è stata espressa da Domenico Mastrogiacomo, Direttore Sales e Marketing di Kumho Tyre Italia, e da Alessandro Giacomini, Amministratore Delegato Gsport, i due artefici dell'accordo stipulato in questi giorni nella sede italiana di Kumho a Milano.

"Si tratta di una nuova partnership che unisce ancora di più due grandi realtà aziendali", ha dichiarato Alessandro Giacomini. "Siamo felici di consolidare ed ampliare una sinergia che dura ormai da qualche anno, a conferma degli ottimi riscontri ottenuti in termini di visibilità."

Con 9 fabbriche, 6 centri di ricerca e sviluppo, la presenza in 180 paesi e 11.000 dipendenti in tutto il mondo, Kumho Tire è una realtà affermata a livello mondiale nella produzione e vendita di pneumatici. Il primo pneumatico è stato prodotto nel 1960 e oggi il gruppo vanta un capitale di quasi 2 miliardi di euro.