



COMMUNIQUE DE PRESSE

Entre Roland-Garros et Magnum, l'histoire continue...

Paris, le 8 juin 2021

La Fédération Française de Tennis se réjouit d'annoncer le renouvellement de l'accord de partenariat entre Roland-Garros et Magnum, marque du groupe Unilever.

Roland-Garros et Magnum, Fournisseur Officiel du Grand Chelem parisien depuis 2018, prolongent ainsi leur partenariat jusqu'en 2023.

Dans le cadre de ce nouvel accord, une large offre de glaces du groupe Unilever sera proposée dans les 14 points de vente répartis sur l'ensemble du stade. Entre deux matches, les spectateurs pourront ainsi s'octroyer une pause gourmande en dégustant les glaces de la marque Magnum, mais aussi Ben & Jerry, Grom, Cornetto, Carte d'Or ou encore Solero. De nouveaux points de vente seront proposés l'année prochaine au public : un espace Grom sur le parvis Est du court Suzanne-Lenglen, un bar à glaces au 4^e étage du court Philippe-Chatrier, ou encore un bar Magnum dans l'allée du Village.

Cette année, le public de la Porte d'Auteuil a l'opportunité de découvrir « Magnum® Double Gold Caramel Billionaire », la dernière nouveauté de Magnum. Cette création originale incarne parfaitement l'excellence et la gourmandise, signes distinctifs de la marque.

« La FFT est très heureuse d'avoir renouvelé son partenariat avec Unilever, qui affiche une belle fidélité à notre tournoi. Nous sommes très satisfaits de pérenniser ainsi notre collaboration et de pouvoir bénéficier du soutien du leader du marché dans ce domaine. Cet accord permet ainsi d'offrir aux spectateurs du tournoi une offre produit recherchée et appréciée, de très grande qualité », déclare Gilles Moretton, Président de la Fédération Française de Tennis.

« Unilever est présent depuis 23 ans sur le tournoi de Roland-Garros et à travers le renouvellement de ce contrat d'exclusivité, nous scellons à nouveau une longue histoire commune, dans le cadre de la quinzaine la plus attendue des amateurs de tennis. Notre ambition est de continuer à faire déguster nos glaces au public dans les 14 points de vente répartis sur l'ensemble du stade, grâce à une offre gourmande, rafraîchissante et variée, adaptée aux envies de chacun », déclare Nicolas Liabeuf, Président d'Unilever.

A propos de Roland-Garros

Pour les amoureux du sport, comme pour le grand public, Roland-Garros est un rendez-vous incontournable. En 2020, Roland-Garros a été diffusé sur 222 territoires à travers la planète, conférant au tournoi sa dimension d'événement sportif mondial de toute première importance. Organisé par la Fédération Française de Tennis, Roland-Garros est le seul tournoi du grand chelem à se disputer sur terre battue, l'une des surfaces les plus anciennes et les plus nobles de l'histoire du tennis.

A propos d'Unilever

Unilever figure parmi les leaders mondiaux des produits d'hygiène-beauté, produits d'entretien de la maison et produits alimentaires, boissons et glaces avec des ventes dans plus de 190 pays, touchant 2,5 milliards de consommateurs chaque jour. Nous comptons 149 000 salariés dans le monde et avons généré un chiffre d'affaires de 50.7 milliards d'euros en 2020. Plus de la moitié (environ) de l'ancrage d'Unilever se situe dans les pays en développement et émergents. Unilever compte 400 marques au niveau mondial, ce qui inclut Dove, Lifebuoy, Knorr, Magnum, OMO et Sun ; et d'autres marques comme GROM, Carte d'Or, Love Beauty & Planet, Hourglass, Seventh Generation et The Vegetarian Butcher.

Pour plus d'informations sur Unilever et ses marques, veuillez consultez le site www.unilever.com et www.unilever.fr

Contacts presse :

FFT

Nicolas BEAUDELIN - Tél. : 01 47 43 48 15 – nbeaudelin@fft.fr

Unilever

[Sophie JAYET – Directeur de la communication Unilever France \[sophie.jayet@unilever.com\]\(mailto:sophie.jayet@unilever.com\)](mailto:sophie.jayet@unilever.com)

La Fédération Française de Tennis