

  
**MAGNUM**<sup>®</sup>  
fidèle au plaisir



## **MAGNUM<sup>®</sup> REMIXE SES CLASSIQUES**

Parce qu'une journée sans plaisir est une journée de perte, Magnum<sup>®</sup> donne envie de croquer la vie et le chocolat à pleines dents ! Le moment est venu de découvrir sa toute nouvelle gamme : Magnum Remix. La marque revisite ses grands classiques pour créer deux glaces duo au double nappage insensé : Magnum Amande Remix et Magnum Chocolat Blanc & Fruits Rouges Remix. Le plaisir est immense, les saveurs intenses !

## DEUX NOUVEAUX REMIX POUR UN TOURBILLON DE SENSATIONS

Les fameux Remix de Magnum® sont sur toutes les lèvres. Mais quel est donc le secret de leur succès ? D'abord, il y a ce tourbillon glacé qui associe deux parfums, et puis il y a ce double trempage, ultragourmand, qui donne cette coque en chocolat, craquante et croquante. C'est toute l'idée de la gamme Magnum Remix : associer des éléments iconiques pour créer une expérience inédite.



**MAGNUM AMANDE REMIX** : une glace au bon goût d'amande mixée avec une glace à la vanille de Madagascar, le tout enrobé d'une couche de chocolat blanc parsemée d'amandes hachées, puis à moitié trempé dans du chocolat au lait. Les morceaux d'amande sont ici doublement magnifiés par le chocolat.

PMC\* : • Boîte de 4 x 85 ml : 4,39 €

• Mini Ammande Remix - 6 x 55 ml : 4,49 €



**MAGNUM CHOCOLAT BLANC & FRUITS ROUGES REMIX** : une glace veloutée cassis-framboise associée à une glace à la vanille de Madagascar, le tout enrobé d'un délicieux chocolat blanc, puis à moitié trempé dans du chocolat au lait. Parfum fruité et onctuosité gourmande : un remix imparable.

PMC\* : boîte de 4 x 85 ml : 4,39 €



## CET ÉTÉ, LA TENDANCE EST AU REMIX GOURMAND

Les deux nouveautés de la gamme Magnum Remix sont évidemment disponibles en grandes surfaces. Mais les amateurs de sensations glacées pourront également venir remixer eux-mêmes les grands classiques au sein du Magnum Pleasure Store, boutique éphémère en plein cœur de Paris, entre Hôtel de Ville et Bastille. On imagine d'avance les battles passionnées, chacun exhibant fièrement son bâtonnet de glace vanille avant de le tremper dans l'un des 3 chocolats proposés : lait, noir ou blanc. Et pour parfaire leur création, les DJ gourmands pourront la pimper avec les garnitures les plus extravagantes. Goûts, textures, couleurs... Le plaisir des glaces Magnum Remix s'annonce sans limites !



**Magnum Pleasure Store**  
4 rue Pavée, 75004 Paris (Métro Saint-Paul, Ligne 1)

> Télécharger le communiqué de presse

### À propos de Magnum

La marque Magnum® voit le jour en 1989 afin de satisfaire le désir de gourmandise chez les plus grands. Le bâtonnet, un format jusque-là plutôt réservé aux enfants, se pare alors d'un enrobage au chocolat de qualité. Magnum® devient ainsi la première marque de glaces entièrement consacrée aux plaisirs gourmands des adultes. Depuis, Magnum® ne cesse de surprendre en élargissant son offre chaque année avec l'arrivée de nouvelles recettes. Aujourd'hui leader sur le marché de la glace, la marque offre une expérience toujours plus intense et premium. Les créations Magnum® ? Irrésistibles de l'extérieur, onctueuses à l'intérieur, aussi savoureuses qu'intemporelles, elles ont su traverser les modes et s'imposer comme des saveurs incontournables. Leur signature ? Une forme iconique, des parfums synonymes de plaisir à l'état pur et ce fameux chocolat craquant incomparable, qui n'a jamais failli à sa promesse : rester fidèle au plaisir !

Pour en savoir plus : [www.magnumicecream.com](http://www.magnumicecream.com)

RELATIONS MÉDIAS MAGNUM : @FHCOM  
42, rue des Jeûneurs - 75002 Paris  
+33 1 55 34 24 24 - [www.fhcom.net](http://www.fhcom.net)  
[cassandra.surelle@fhcom.net](mailto:cassandra.surelle@fhcom.net) - [frederic.henry@fhcom.net](mailto:frederic.henry@fhcom.net)

\*Les prix Marketing Conseillés constituent des recommandations d'Unilever compte tenu de nos études sur le positionnement prix de nos produits et d'une manière générale, de nos études et notre savoir-faire marketing. En aucun cas ces recommandations ne sauraient remettre en cause la liberté des distributeurs quant à la détermination du prix de vente consommateur