



Magnum® devient le fournisseur officiel de glaces de Roland-Garros

Alors que les qualifications pour intégrer le tableau du célèbre tournoi viennent de commencer, la marque iconique du groupe Unilever est désormais le fournisseur officiel de glaces de Roland-Garros. Ainsi, elle réglera le public et sera notamment présente lors du Trophée des Personnalités avec son Dipping Bar.

Un partenariat sur 3 ans avec la FFT

La FFT et Magnum® ont signé un contrat de partenariat exclusif, faisant de la marque du groupe Unilever le fournisseur officiel de glaces de Roland-Garros. Cet accord intervient cette année à l'occasion de la 117^e édition de cet événement sportif incontournable et courra jusqu'en 2020.

Ainsi, des glaces Magnum® sont en vente durant tout le tournoi, depuis le début des qualifications le 21 mai et jusqu'au 10 juin. Le stade propose également d'autres glaces du groupe Unilever, comme Carte d'Or® et Ben & Jerry's®, mais aussi des nouveautés telles que GROM et KINDER, lancées au printemps.

« La FFT est très fière de ce nouvel accord avec Unilever, fidèle fournisseur du Grand Chelem parisien et leader incontesté sur le marché des glaces. Le tournoi de Roland-Garros va ainsi offrir un choix de glaces encore plus varié, qui permettra à coup sûr d'enrichir l'expérience gourmande des plus petits comme des plus grands. » **Jean-Christophe Giletta, directeur général délégué de la Fédération Française de Tennis**

« Unilever est présent depuis vingt ans sur le tournoi de Roland-Garros. Avec ce contrat d'exclusivité qui vient sceller une longue histoire commune, nous entendons développer un partenariat à long terme avec la FFT dans le cadre de la quinzaine la plus attendue des amateurs de tennis. Notre ambition est de faire déguster nos glaces à un large public grâce à une offre gourmande, rafraîchissante et variée, adaptée aux envies et aux moyens de chacun. » **Francois-Xavier Apostolo, vice-président Refreshment d'Unilever**

Le Dipping Bar de Magnum® à Roland Garros

Pour cette première année de partenariat, le Dipping Bar de Magnum® sera présent au village ainsi qu'au Trophée des Personnalités, à l'espace presse et au restaurant des joueurs. Permettant de créer et surtout de customiser entièrement sa glace, ce concept a déjà conquis plusieurs grandes villes à travers le monde : Cannes, en parallèle du Festival international du film, mais aussi Paris, Mexico, Singapour...

L'idée ? À partir d'un bâtonnet de glace à la vanille, il suffit de se laisser guider par un expert du Dipping Bar pour le personnaliser. On sélectionne l'enrobage au chocolat craquant Magnum® de son choix, puis on le décore avec de délicieux toppings : amandes caramélisées, copeaux de chocolat, pistaches grillées, céréales soufflées... Il ne reste alors plus qu'à attendre quelques instants pour que le tout fige, avant de savourer sa glace !

Dans le cadre de cette opération exclusive, le Dipping Bar propose des toppings événementiels aux couleurs traditionnelles du Grand Chelem parisien. Une expérience de dégustation unique pour un plaisir inégalé signé Magnum®.

À propos de Roland-Garros

Pour les amoureux du sport comme pour le grand public, Roland-Garros est un rendez-vous incontournable, jouissant d'un prestige immense. Plus de 470 000 spectateurs ont assisté aux Internationaux de France 2017 pendant que l'événement était diffusé sur 223 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.

À propos d'Unilever

Unilever figure parmi les leaders mondiaux des produits alimentaires, de soin de la personne et d'entretien de la maison avec des ventes dans plus de 190 pays, touchant 2,5 milliards de consommateurs chaque jour. Nous comptons 169 000 salariés dans le monde et avons généré un chiffre d'affaires de 52,7 milliards d'euros en 2016. Plus de la moitié (57 %) de l'ancrage d'Unilever se situe dans les pays en développement et émergents. Unilever compte plus de 400 marques au niveau mondial, ce qui inclut en France Skip, Dove, Knorr, Rexona, Maille, Lipton, Miko, Ben & Jerry's, Sun, Magnum et Axe.

À propos de Magnum®

La marque Magnum® voit le jour en 1989, afin de satisfaire un désir de gourmandise activement recherché par les adultes. Le bâtonnet, un format jusque-là plutôt réservé aux enfants, se pare alors d'un enrobage au chocolat de grande qualité et dont la taille augmente. 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 nouveaux parfums. 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 ses délicieuses promesses !

Pour en savoir plus :

www.magnumicecream.com

#RGXMagnum

Service consommateurs Unilever

Par courrier : Magnum Relation Consommateurs – Unilever France

20, rue des Deux Gares – 92842 Rueil-Malmaison Cedex

Par téléphone : 09 69 32 03 90 (numéro non surtaxé)

Relations médias Magnum® : @FHCOM

42, rue des Jeûneurs – 75002 Paris

Tél. : 01 55 34 24 24 – www.fhcom.net

victor.hernandez@fhcom.net – frederic.henry@fhcom.net