



28.04.2022

RENAULT ET ROLAND-GARROS S'ASSOCIENT POUR FAIRE BOUGER LES LIGNES

- Renault devient le Partenaire Premium de Roland-Garros en tant que fournisseur de mobilité électrique.
- Renault met à disposition une flotte de 100 Renault Megane E-Tech Electric.
- Renault lance «GIVE ME 5», le nouveau projet de responsabilité sociale de la marque dédié aux jeunes générations.
- La marque souhaite favoriser la pratique du tennis dans les villes.

Dans le cadre de sa nouvelle stratégie de marque, Renault a décidé de rationaliser ses partenariats marketing dans le monde et de concentrer ses engagements sur des piliers clés à forte valeur ajoutée. Renault se focalise désormais sur le milieu du sport avec deux partenariats majeurs: le rugby en étant partenaire majeur de la Fédération Française de Rugby et maintenant le tennis, avec le tournoi de Roland-Garros.

RENAULT X ROLAND-GARROS

A l'occasion du prochain tournoi de Roland-Garros qui aura lieu du 16 mai au 5 juin prochain, une nouvelle histoire commencera à s'écrire entre le Grand Chelem parisien et le constructeur Renault. À partir de l'édition 2022 et pour une durée initiale de 5 années, Renault devient le Partenaire Premium de Roland-Garros, l'un des événements sportifs les plus prestigieux au monde.

Renault et Roland-Garros ont les mêmes origines, toutes deux nées en France avec une forte ambition internationale, et partagent des valeurs communes: le «Made Of France», la passion, l'audace. Le partenariat entre Renault et la Fédération Française de Tennis (FFT) était encore plus une évidence car il se base sur deux piliers stratégiques communs: la mobilité durable et la responsabilité sociale.

UNE FLOTTE ELECTRIQUE

Roland-Garros et Renault partagent la même volonté de s'inscrire dans une démarche toujours plus responsable. La mobilité durable constitue un véritable enjeu pour les deux marques. Renault accélère sa transformation avec l'objectif de devenir une marque 100% électrique en Europe d'ici 2030.

Cet engagement en faveur de la mobilité durable se retrouve clairement dans la flotte de 100 Renault Megane E-Tech Electric que Renault met à disposition du tournoi de Roland-Garros, sur un total de 160 véhicules.

GIVE ME 5

Parallèlement à la signature de ce contrat de partenariat, Renault lance «GIVE ME 5», le nouveau projet de responsabilité sociale de la marque dédié aux jeunes générations.

Dans un premier temps, Renault souhaite favoriser la pratique du tennis dans les villes, en rénovant des terrains de jeu dans les banlieues avec l'aide d'artistes locaux. L'ouverture de deux courts en France est prévue d'ici la fin de l'année.

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



Pour aider au financement du projet «GIVE ME 5», Renault mettra en place le «Let Challenge» durant le tournoi de Roland-Garros. Chaque fois qu'une balle de service touche le haut du filet avant de tomber dans le camp adverse, ce qui arrive en moyenne plus de 2 000 fois pendant la quinzaine du tournoi, Renault allouera une somme d'argent à cette initiative sociale.

En outre, la marque invitera plusieurs groupes d'enfants et d'adolescents issus de milieux défavorisés à Roland-Garros, pour leur offrir la possibilité de vivre une expérience exclusive et assister à une journée du tournoi.

ACTIVITÉS DANS ET EN DEHORS DU STADE

Dans le cadre de cette nouvelle collaboration et pour la première fois dans l'histoire de Roland-Garros, le logo Renault s'affichera sur les filets des cinq principaux courts (Philippe-Chatrier, Suzanne-Lenglen, Simonne-Mathieu et les courts n°7 et n°14), pendant toute la durée du tournoi, depuis les qualifications jusqu'aux finales.

Tout au long du tournoi, Renault disposera d'un stand de 150 m² dans les allées de Roland-Garros. Les spectateurs pourront y découvrir la future gamme Renault électrique et électrifiée, avec Renault Megane E-Tech Electric, Renault 5 Prototype et Nouveau Renault Austral, dont la première mondiale publique aura lieu sur le site de Roland-Garros.

Pour tous les passionnés de mobilité et de tennis, Renault prépare aussi un ensemble d'expériences qui permettront aux visiteurs et aux fans de vivre de nouvelles émotions pendant Roland-Garros.

Renault Green Line: tous ceux qui veulent rejoindre le tournoi d'une façon durable pourront le faire grâce à Renault. L'entreprise de véhicules en autopartage ZITY by Mobilize offrira aux clients la possibilité de se rendre à Roland-Garros et de se garer près du stade dans une des places de parking ZITY. Les nouveaux clients auront la possibilité de bénéficier d'une offre spéciale.

Renault The Originals Line: au départ de l'Atelier Renault, le flagship de la marque sur les Champs-Élysées, les fans de tennis auront l'opportunité de vivre une expérience unique, hors du temps, en montant à bord d'un bus RATP des années 30 qui les amènera directement au stade.

Renault Electro-Pop Line: à l'occasion des 50 ans de Renault 5, la marque a converti cinq modèles historiques, rétrofités avec un moteur 100 % électrique, que les fans et les invités auront la possibilité d'utiliser pour rejoindre l'enceinte de Roland-Garros.

* * *

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28



À PROPOS DE RENAULT

Marque historique de la mobilité, pionnier de l'électrique en Europe, Renault développe depuis toujours des véhicules innovants. Avec le plan stratégique «Renaulution», la marque dessine une transformation ambitieuse et génératrice de valeur. Renault évolue ainsi vers une gamme encore plus compétitive, équilibrée et électrifiée. Elle entend incarner la modernité et l'innovation dans les services technologiques, énergétiques et de mobilité - dans l'industrie automobile et au-delà.

Présente en Suisse depuis 1927, la marque Renault est importée et commercialisée par Renault Suisse SA. En 2021, 13'362 nouvelles automobiles et véhicules utilitaires légers de la marque Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec ZOE E-Tech Electric, TWINGO E-Tech Electric, Kangoo E-Tech Electric et Master E-Tech Electric, ainsi que les versions hybrides d'Arkana, de Mégane, de Clio et de Captur, un véhicule neuf Renault sur trois est désormais électrifié. En 2022, Megane E-Tech Electric, le nouveau SUV Austral et le nouveau Kangoo Kangoo E-Tech Electric devraient encore renforcer considérablement la position de Renault sur le marché des véhicules électriques. Le réseau de distribution des trois marques évolue continuellement et compte désormais 195 partenaires qui proposent les produits et services du groupe dans 213 points de vente

* * *

Les communiqués de presse et les photos sont consultables et/ou téléchargeables sur le site médias Renault: media.renault.ch

RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Directrice de la communication
karin.kirchner@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Attaché de communication
marc.utzinger@renault.com / tél: +41 (0) 44 777 02 28