

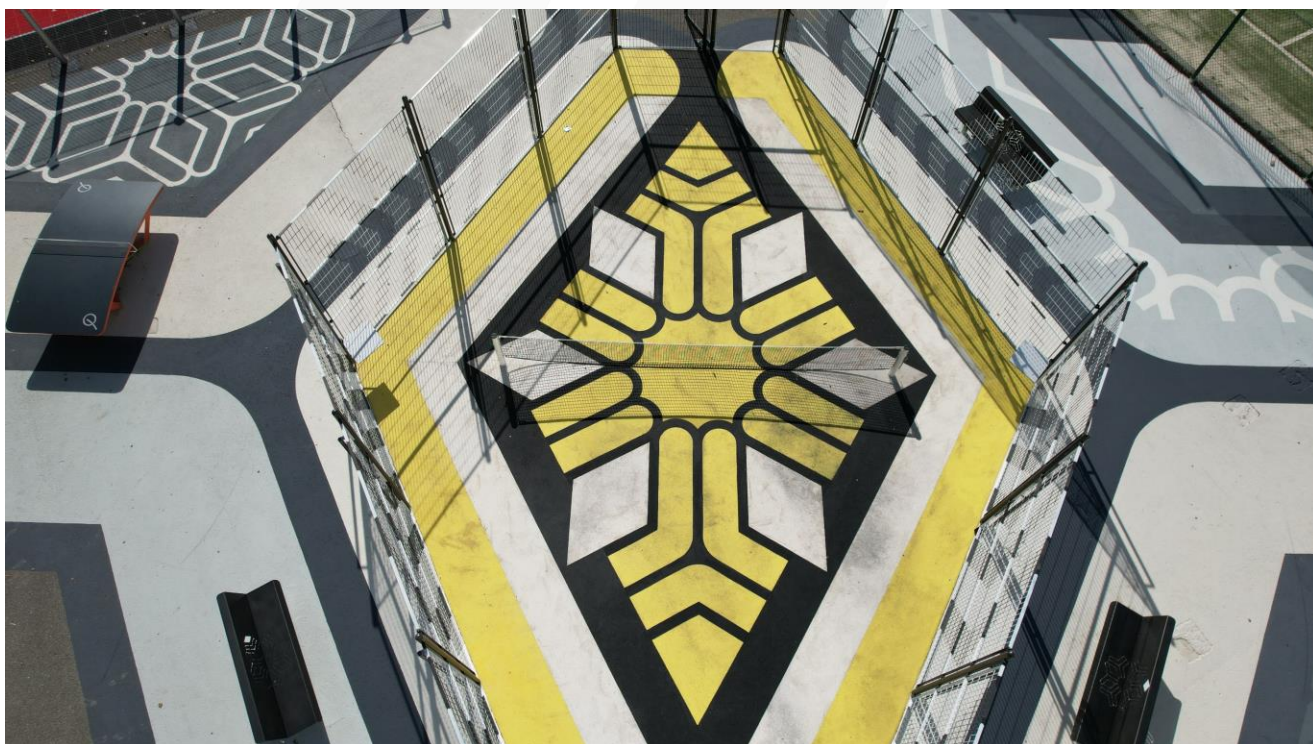
# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

13/10/22



## RENAULT CONCRÉTISE SON PROJET GIVE ME 5

DANS LE CADRE DE SON PARTENARIAT AVEC ROLAND-GARROS ET DE L'ANNONCE DU PROGRAMME GIVE ME 5, SON PROJET DE RESPONSABILITÉ SOCIALE DÉDIÉ AUX JEUNES GÉNÉRATIONS, RENAULT INAUGURE TROIS PREMIERS TERRAINS DE JEUX RÉHABILITÉS À LYON, GRIGNY ET MARSEILLE.



Devenu Partenaire Premium de Roland-Garros en 2022, Renault a également pris un engagement fort en lançant le programme Give Me 5, un nouveau projet entièrement dédié aux jeunes générations. Les trois terrains de jeux inaugurés, en compagnie d'élus, d'associations locales et de représentants de la marque Renault, sur les sites de Lyon, Grigny et Marseille en sont les premières concrétisations. Renault confirme ainsi son intention de faire bouger les lignes en favorisant la pratique du sport dans les villes pour les jeunes des quartiers prioritaires.

C'est grâce au « Let Challenge » mis en place lors de l'édition 2022 du tournoi de Roland-Garros que les fonds nécessaires à la réalisation de ces projets annoncés dès le mois d'avril ont été récoltés. Chaque fois qu'une balle de service a touché le haut du filet avant de tomber dans le camp adverse, Renault a abondé de 100 euros la cagnotte destinée à rénover des terrains de jeu dans les quartiers prioritaires. Si 161 400 euros ont ainsi été récoltés, Renault a porté à 235 000 euros le budget nécessaire à la réalisation des trois premiers projets.

Accompagné par Peint à la Main (PALM) à Lyon et Grigny et par l'association Fête le Mur pour le terrain de Marseille, Renault souhaite faire bouger les lignes sur le long terme avec des terrains



de jeu réhabilités par des artistes<sup>1</sup>. Mais également par le choix de matériaux éco-responsables, prévus pour durer et résister dans le temps. Ainsi à Lyon et Grigny, la première couche de revêtement des terrains est constituée de caoutchouc issu du recyclage de pneumatiques, tandis qu'à Marseille le sol est à base de balles de tennis usagées, recyclées et transformées, grâce à l'opération Balles Jaunes de la Fédération Française de Tennis.

**« Le projet Give Me 5 exprime notre volonté de rester une marque populaire et proche de nos clients. Nous avons pris des engagements lors de l'annonce de notre partenariat avec Roland-Garros et nous sommes fiers de les concrétiser dès la première année. Donner accès à la pratique du tennis au plus grand nombre est en effet un enjeu majeur de notre partenariat axé notamment autour de la mobilité durable et de la responsabilité sociale. Ce n'est qu'un début, d'autres surprises arriveront dès l'année prochaine ! »** souligne Arnaud Belloni, directeur global marketing de la marque Renault.

Après la concrétisation du projet Give Me 5 sur ces trois premiers sites en France, Renault prévoit d'ores et déjà d'étendre cette initiative sociale en France mais également dans d'autres pays européens dès l'année prochaine, pour continuer à faire bouger les lignes...

#### 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.

---

<sup>1</sup> Ce dispositif a été imaginé et orchestré par l'agence OMD, via son département de marketing sportif Fuse France, qui accompagne le marque Renault dans l'exploitation de sa stratégie sponsoring tennis.