

Hespéride, marque emblématique du Groupe JJA, Mobilier Officiel du tournoi de Roland-Garros pour la 5^{ème} année consécutive

À l'occasion de l'édition 2025 de Roland-Garros, qui se tiendra du 19 mai au 8 juin, Hespéride — la marque emblématique de mobilier de jardin — déploie un dispositif ambitieux mêlant design, confort et élégance. Une présence forte, guidée par sa nouvelle signature spécialement pensée pour le tournoi : « L'émotion est un savoir-faire ». Mobilier co-brandé, expériences immersives, visibilité hors-stade, activation au siège du Groupe JJA... Ce partenariat devient une véritable vitrine de l'expertise du Groupe, au croisement du style et du savoir-faire.

Un savoir-faire au cœur du tournoi



Pour l'édition 2025, Hespéride signe une présence remarquée à Roland-Garros avec plus de 2 600 pièces de mobilier — chiliennes, parasols, tables, assises — issues de sa collection co-brandée avec le tournoi. Ces éléments habillent les espaces publics, les zones de restauration et les lieux de rencontre du stade, créant une atmosphère à la fois élégante et accueillante. Une signature visuelle forte, conçue pour accompagner chaque moment de détente des spectateurs.

La collection est également mise en lumière dans la grande boutique officielle, où la chilienne co-brandée est disponible à la vente. Un espace d'exposition en sortie de boutique prolonge l'expérience et invite les visiteurs à découvrir le stand Hespéride.

Un espace d'animation au Jardin des Mousquetaires

Hespéride prend ses quartiers dans un stand de 24 m² au Jardin des Mousquetaires, ouvert au grand public. On y retrouve les pièces emblématiques de la collection, accompagnées d'une animation photo anamorphique originale et d'un jeu-concours permettant de gagner une chilienne chaque jour pendant toute la durée du tournoi.

Dans le même espace, Hespéride signe l'aménagement d'un espace de restauration de 28 m², créant une zone de détente et de convivialité, toujours dans le style caractéristique de la marque.

Un salon exclusif au service de l'hospitalité

Véritable écrin de réception, le Salon Hespéride accueille ses partenaires, distributeurs, influenceurs et invités de marque dans un espace de 100 m² avec terrasse panoramique. Au programme : restauration haut de gamme et distribution de goodies exclusifs (panamas, éventails, gourdes...).

Au sein du Village des partenaires, les salons Papouasie, Deona et Paopao Duo illustrent eux aussi la capacité d'Hespéride à incarner l'excellence dans l'univers du mobilier outdoor haut de gamme.

Une visibilité *out stadia* renforcée à la hauteur de l'événement

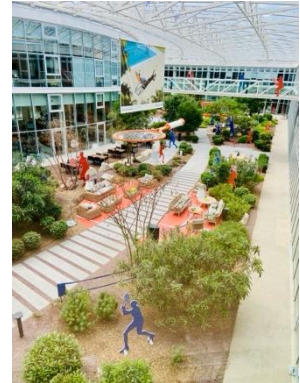
Hespéride sort du stade pour aller à la rencontre d'un public plus large. Les chiliennes s'invitent sur le rooftop des Galeries Lafayette Haussmann, face à un écran géant pour suivre les matchs dans une ambiance estivale. Le mobilier Greensboro s'installe quant à lui sur la terrasse du Publicis Drugstore, au cœur des Champs-Élysées.

Hespéride sera également présente sur la Fan Zone officielle place de la Concorde, du 4 au 9 juin 2025. Ce village éphémère de plus de 3 000 m² pourra accueillir jusqu'à 5 000 spectateurs, avec écran géant de 60 m², gradins, bars et espaces de restauration. La marque y sera mise en lumière à travers l'installation d'une chilienne géante et la diffusion de son clip sur l'écran principal.

« Vivre Roland-Garros » au cœur du siège JJA

Comme chaque année, le siège du Groupe JJA à Gonesse (Val-d'Oise) se transforme pour célébrer ce partenariat d'exception. L'événement in situ « Vivre Roland-Garros » plonge collaborateurs et visiteurs dans une immersion totale, avec une scénographie fidèle à l'univers du tournoi. Un moment de partage unique, au croisement du sport, du design et de l'art de vivre.

Animations gourmandes, jeux-concours, scénographie sportive...les 400 collaborateurs présents sur le campus et les nombreux visiteurs peuvent ainsi profiter aussi de ce temps fort exceptionnel pour le Groupe JJA.



À propos de JJA et du Groupe JJA

JJA est le spécialiste BtoB de la décoration et de l'équipement de la maison tendance et accessible, autour de ses marques Atmosphaera (ameublement et décoration d'intérieur), Hespéride (mobilier de jardin et Mobilier Officiel de Roland-Garros) et 5five (équipement de la maison). L'entreprise a été fondée par Paul Abiteboul en 1976 et rachetée en 1998 par son fils Jacques-Olivier Abiteboul, qui la dirige depuis.

Le Groupe JJA rassemble également 4 autres sociétés : Luance (accessoires de la porte et de la fenêtre), Tendance (accessoires de salle de bain), STOF (tissu de décoration et d'ameublement) et hōma (50 magasins de décoration et d'articles pour la maison au Portugal et en Espagne). Le Groupe JJA est un groupe familial de plus de 2 300 salariés et réalise 1,2 milliard d'euros de CA. Plus d'informations : www.jja-sa.fr

Contacts presse – Agence Burson

JJA.presse@burson-global.com

Alice Dalla Costa – 06 21 81 07 95

Maélis Coulon-Mazeau – 06 26 39 83 74