



EMBARGO 11 JUIN 2026

Communiqué de presse – 4 juin 2026

LE TRANSFERT LE PLUS MIGNON DE L'ANNÉE : MOLANG ET PIU PIU CHAUSSENT LES CRAMPONS CHEZ BURGER KING !

Pas de carton rouge, que de la tendresse : la franchise phénomène s'associe au géant du burger pour faire vibrer les familles au rythme du ballon rond dans les menus King Junior.



Après le franc succès de leurs précédentes collaborations, Burger King® France et Molang signent le renouvellement de contrat le plus attendu de la saison pour une aventure estivale inédite. Dès le mardi 16 juin 2026, l'univers ultra-attachant de Molang et de son acolyte Piu Piu s'empare des menus King Junior et King Jr+ pour insuffler un esprit de partage, d'encouragement et de fête à l'aube des grands matchs de l'été.

Pour cet été sportif, pas de pression sur le tableau d'affichage : les deux marques font équipe pour porter haut et fort les valeurs fondamentales du sport collectif – l'esprit d'équipe, le respect et la joie d'être ensemble, peu importe le score final.

Molang, le supporter numéro 1 de tous les enfants

Dans un monde sportif parfois ultra-compétitif, Molang arrive avec son arme secrète : sa gentillesse légendaire. Plus qu'une simple mascotte, il devient le coéquipier idéal, celui qui encourage ses amis dans les moments de doute, partage ses frites et rappelle que le football est avant tout un jeu. Cette narration positive et collective se décline à travers deux collections exclusives, conçues pour prolonger l'expérience du stade jusqu'à la maison.

Pour tout achat d'un menu King Jr+ :
6 paires de chaussettes de football collectors (tailles 31-36) aux designs colorés et pleins d'humour (Molang Football Club, Frites Foot Fun, Garde la flamme !) pour équiper les champions de demain.



Pour tout achat d'un menu King Junior :
5 livres inédits axés sur les valeurs et les histoires du ballon rond, avec des titres évocateurs comme Molang, le premier supporter ou encore Molang, la défaite, pour apprendre à grandir et à s'entraider à travers le sport.

"L'an dernier, les familles ont adoré l'univers de Molang. Pour cet été très "foot", on voulait un partenaire qui prône l'inclusion et la joie pure, loin des scores parfaits. Associer Molang à notre King Junior, c'est offrir aux enfants la panoplie idéale du parfait petit supporter, le tout avec une bonne dose d'humour et de gourmandise." souligne **Elsa Faigenbaum, Responsable Marketing Famille chez Burger King France.**

"Molang, c'est l'incarnation même de l'empathie et du soutien inconditionnel. Sur le terrain, c'est le coéquipier qui court pour vous apporter la chaussette manquante ! Nous sommes ravis de faire équipe à nouveau avec Burger King pour propager ces ondes positives et célébrer un football festif, familial et bienveillant." ajoute **Alexandra Algard-Mikanowski, Directrice Commerciale de Millimages.**

Une campagne à retrouver sur tous les terrains

Pour accompagner ce lancement, le storytelling s'étendra sur les réseaux sociaux de l'enseigne (TikTok, Instagram, Facebook) à travers des animations dynamiques créées par Millimages. Les spectateurs pourront y découvrir Molang et Piu Piu envahir joyeusement les restaurants Burger King ou s'entraider pour compléter leur collection de chaussettes.



Informations pratiques

- *Où ?* Dans tous les restaurants Burger King de France (sur place, au drive, à emporter et via les plateformes de livraison partenaires).
- *Quand ?* À partir du mardi 16 juin 2026, dans la limite des stocks disponibles.
- *Comment ?* Une paire de chaussettes ou un livre inclus à l'achat d'un menu King Junior ou King Jr+ (non vendus séparément).

À propos Molang :

Personnage unique au style inimitable, Molang est la gentillesse personnifiée. Molang incarne la tendresse, l'empathie, la douceur et la joie. Molang est non-généré.e et n'a ni nationalité ni âge. Molang aime prendre soin de tout le monde et de toutes choses. Everybody loves Molang. Molang loves everybody.

Personnage phare du studio Millimages, Molang est le fruit de la rencontre entre deux femmes aux univers très différents. En 2010, Hye-Ji Yoon, illustratrice coréenne, griffonne sur ses carnets d'étudiante les premiers Molang et Piu Piu. Tombée sous leur charme, Marie Caroline Villand, autrice et réalisatrice française, crée alors les caractères, les histoires et les valeurs de ces adorables et charismatiques meilleurs amis. En découle une série TV animée qui compte désormais 6 saisons et une marque internationale représentée par des agents de licence à travers le monde. Véritable phénomène viral, Molang représente la bienveillance à toute épreuve et rassemble plus de 10 millions de fans sur les réseaux sociaux, de ses parodies de la pop culture sur Instagram à ses danses sur TikTok, en passant par ses vidéos de gaming sur YouTube.

À propos Millimages :

Basé à Paris depuis 1991, Millimages est l'un des plus importants studios d'animation indépendants d'Europe. Avec un catalogue de plus de 75 propriétés, 7 pôles internes et une antenne à Shenzhen, le studio est fier de développer, produire et distribuer des contenus transmedia de grande qualité. Grâce des succès retentissants comme Molang, Corneil & Bernie ou encore Lascars, Millimages est depuis plus de 30 ans un acteur incontournable du secteur de l'animation, compilant chaque jour 10M+ de vues de ses contenus.

À propos de Burger King France

Burger King France poursuit avec succès son implantation dans l'hexagone : un projet ambitieux porté par un produit mythique, le Whopper®, également décliné en version veggie, et un concept unique, une viande de bœuf grillée à la flamme, des ingrédients frais et des burgers préparés à la commande. Bertrand Franchise, leader français de la restauration en franchise et filiale du Groupe Bertrand, assure le développement exclusif de Burger King® en France. Burger King France, c'est plus de 600 restaurants et 180 franchisés qui font rayonner la marque localement chaque jour.