



Lay's dévoile sa recette de la joie

2024 marque une nouvelle ère pour la marque Lay's qui se réinvente totalement et lance une toute nouvelle plateforme de marque intitulée « **La joie est une recette simple** ». Cette campagne dont l'univers est teinté de bonne humeur, de spontanéité et de petites joies du quotidien, se déclinerà selon les spécificités des régions de France.

Cet été, Lay's invite tous les gourmands à venir vivre un moment magique et insolite lors du festival des cinémas en plein air Paradiso produit par mk2. Présente avec son nouveau food-truck La Chipserie Lay's, la marque proposera ses produits phares, revisités au travers des recettes inédites créées par des chefs de renom, dans un cadre convivial et hors du temps.

Lay's : la joie en toute simplicité

Lay's, marque iconique au cœur des occasions joyeuses des Français depuis des générations, célèbre sa toute nouvelle plateforme « **La joie est une recette simple** ». Véritable transformation significative de la marque depuis ses 90 ans d'histoire, cette campagne invite les gens à savourer les joies simples et à profiter de moments de bonheur.

Cette nouvelle plateforme de communication repose sur un principe universel : La joie est une recette simple. Dans un monde où l'on en veut toujours plus pour être heureux, Lay's répond simplement : chercher les ingrédients qui font sourire. Lay's veut rappeler aux gens que la joie est simple et qu'elle se trouve partout. Peu importe qui nous sommes, où nous vivons, nous avons tous nos propres ingrédients du bonheur.

Cette nouvelle plateforme s'inspire d'une gamme phare : la gamme Nature, fabriquée à partir de trois ingrédients seulement : des pommes de terre, de l'huile et du sel*, pour des chips croustillantes et délicieuses, pour faire de chaque occasion un petit moment de joie. A travers cette nouvelle campagne, Lay's a donc souhaité reprendre le principe de ces 3 ingrédients phares pour décliner sa campagne à l'infinie avec 3 mots clés inspirants la joie.

La **joie**
est une
recette
simple.

*hors format multipacks



Lay's : la joie au cœur des régions



Cette nouvelle campagne qui évoque toutes ces petites joies, si nombreuses et si universelles, se déclinera de multiples façons : selon les spécificités régionales et habitudes culturelles avec une adaptation des visuels et des trois mots associés.

Dans le sud :

Promenade – Apéro – Chihuahua

Dans le Nord :

Eclaircie – Terrasse – Braderie



« Aujourd'hui, Lay's est la marque la plus connue du marché et celle qui répond le mieux aux attentes des consommateurs. Mais nous voulons l'emmener encore plus loin et faire de Lay's une marque iconique. Au travers de cette nouvelle campagne qui casse les codes, nous avons voulu avoir un discours joyeux, convivent et universel. Et on peut dire qu'elle a du chien ! » exprime Lucas Sala Bufill, Directeur Marketing Snacks de PepsiCo France.

Pour donner le coup d'envoi de la campagne, Lay's a lancé le 3 juin un spot publicitaire intitulé « **Chien Voiture Fenêtre** » mettant en scène et illustrant une des recettes de joie reprenant le principe des 3 mots clés.

Une campagne visible partout en France, relayée en TV, en presse et sur les réseaux sociaux.

Des nouveautés qui font craquer

Lay's ne fait pas les choses à moitié, et du sachet à la recette, rien n'est mis de côté dans cette nouvelle ère.

Le sachet des chips Lay's Classique se pare d'un nouvel emballage à l'aspect mat, composé à **50% d'origine végétale***. Il affiche par ailleurs une meilleure clarté de ses engagements durables et valorise son ingrédient star : la pomme de terre.

* (en bilan massique et certifiés ISCC, provenant d'huile de plantes.)

Côté recettes, la majorité de la gamme Lay's Classique évolue pour atteindre le Nutri-Score B, avec 40% de sel en moins par rapport à l'ancienne recette* tout en conservant une expérience gustative intacte. *(Représentant au moins -25% de sel par rapport à la moyenne des chips du marché)

Deux nouvelles saveurs font également leur apparition dans la gamme Paysanne aromatisée : Poulet Moutarde de Dijon et Miel et Sel et Vinaigre de Cidre de Normandie. Deux nouveautés inspirées de nos régions, qui renforcent le lien de Lay's avec le patrimoine culinaire français et qui viennent compléter les références déjà existantes : saveur Oignon de Roscoff caramélisé, saveur Fromage du Jura et Poivre noir ou encore saveur Fromage frais Ail de Garonne et Fines herbes.





La Chipserie Lay's : le lieu de partage inédit des moments de joie



Profiter des joies simples de la vie c'est la mission de Lay's qui part à la rencontre des aficionados* de l'apéro avec un food-truck inédit aux couleurs de la marque. La marque réinvente les codes avec créativité pour offrir aux Français un moment de dégustation inédit et local. Plusieurs recettes à base de chips Lay's, associées à 3 ingrédients, seront proposées, pour un moment gourmand et magique devant son film préféré.

En collaboration avec des chefs de renom, La Chipserie Lay's donne rendez-vous pour des instants de partage inoubliables dans plusieurs villes de France et notamment :

Du 8 au 10 juillet

au CinéClub Paradiso La Seine Musicale à Boulogne-Billancourt pour 3 soirées de cinéma et de danse en plein air, avec la présence du Chef étoilé **Guillaume Sanchez** le 9 juillet.



Gagnant de la saison 8 de Top Chef, Guillaume Sanchez séduit par sa cuisine au style « minimaliste complexe » et sa créativité sans borne. NESO, son restaurant gastronomique situé rue Papillon dans le 9ème (1 étoile Michelin depuis 2019) est un lieu sobre et élégant où le chef nous embarque dans une cuisine tout feu tout flamme. A l'occasion de l'événement ciné-culinaire proposé par Lay's, Guillaume Sanchez réalisera une recette unique et exclusive autour des chip's iconiques de la marque et ajoutera toute son imagination et sa créativité pour en faire une recette gourmande et surprenante.

Les 12 et 13 juillet

au CinéClub Paradiso Villa Carmignac sur l'île de Porquerolles en compagnie du Chef **Mohamed Cheikh**, gagnant de la saison 12 de top Chef, et présent le 12 juillet pour une expérience immersive dans le cadre du festival de cinéma et musique.



Mohamed Cheikh a remporté la saison 12 de Top Chef 2021 et connaît depuis une ascension fulgurante grâce à sa personnalité joviale et à sa cuisine gourmande aux accents méditerranéens. En 2021 il ouvre son restaurant éphémère Manzili au cœur du jardin des plantes de Paris où ses plats, inspirés de son enfance et de son expérience dans les grandes cuisines de France, régalaient les clients. Avec un goût prononcé pour les bonnes choses, Mohamed Cheikh proposera tout naturellement une recette aux saveurs du sud et dont l'association avec les chip's Lay's surprendront les invités.

À propos de PepsiCo :

Dans près de 200 pays, chaque jour, les produits PepsiCo sont consommés plus d'un milliard de fois. En 2023, le groupe a enregistré plus de 91 milliards de dollars en revenus annuels, grâce à un large portefeuille de produits alimentaires et de boissons qui comprend 23 marques, dont en France, Lay's, Doritos, Benenuts, Quaker, Pepsi, Lipton Ice Tea, 7Up, Rockstar ou encore SodaStream. Chacune de ces marques génère un chiffre d'affaires annuel estimé à plus d'1 milliard de dollars.

La feuille de route PepsiCo Positive (pep+) traduit la vision du groupe PepsiCo en tant que leader mondial des produits alimentaires et des boissons. PepsiCo Positive reflète l'ambition de PepsiCo d'accélérer sa croissance de manière durable, d'insuffler de la responsabilité dans toutes ses actions et de susciter un changement positif pour l'homme et la planète. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pepsico.com

*amateurs