

Wingstop déploie « House of Flavor » en Amérique du Nord avec Wild Buzz Agency

À l'occasion de la Coupe du Monde FIFA 2026, Wingstop installe son concept immersif «House of Flavor» à Dallas et Toronto. Une opération signée et orchestrée entièrement par Wild Buzz Agency, qui prend en charge la conception, la production et l'exécution des deux lieux expérientiels qui accueilleront des centaines de milliers de personnes.



Wingstop transforme l'effervescence du tournoi en une expérience de marque à part entière. « House of Flavor » réunit cuisine, culture et communauté autour d'un même lieu : restauration sur place, DJ sets en direct, Watch parties pour suivre les matchs, espace merchandising, tatouages offerts, barbiers et prothésistes ongulaires, et bien d'autres surprises.

Chaque ville accueillera également un concert exclusif et unique du célèbre rappeur américain **FERG** (anciennement A\$AP Ferg), connu pour ses titres « Work », « Shabba » et « Plain Jane » : le 11 juin à Toronto et le 24 juin à Dallas.

« Quand tout le monde se réunit pour le match, nous apportons en plus la saveur et la culture », déclare Donnie Upshaw, Chief Brand Officer de Wingstop. « House of Flavor a été pensé pour rassembler les fans à travers la culture, la communauté Wingstop et cette saveur particulière qu'ils pourront voir, ressentir et goûter. »

Pour Wild Buzz Agency, l'enjeu était de traduire cette ambition en deux dispositifs cohérents, capables de capter l'attention sur deux marchés différents tout en gardant l'ADN de la marque. De la scénographie à la programmation artistique, en passant par la production technique et la coordination des prestataires sur site, l'agence a piloté l'intégralité de l'opération.

Un dispositif au cœur de l'événement sportif de l'année

La Coupe du Monde FIFA débute le 11 juin. Dallas accueillera neuf rencontres, à partir du 14 juin avec le match de phase de groupes entre les Pays-Bas et le Japon. Toronto lancera ses

matches le 12 juin, marquant le tout premier match de Coupe du Monde masculine disputé sur le sol canadien.

La création de ces lieux d'immersion pour les fans s'inscrit dans l'évolution de la stratégie marketing de Wingstop, qui ambitionne de dépasser les 10 000 établissements dans le monde. À l'automne, l'enseigne a lancé une nouvelle campagne, « Wingstop is Here », et porté son fonds publicitaire à environ 5,3 % des ventes du réseau. En 2024 et 2025, la marque a noué des partenariats avec la NFL, la NBA, l'UFC, la WWE et la WNBA

Une histoire qui continue entre Wingstop et Wild Buzz Agency

Le concept « House of Flavor » a été imaginé en France par Wild Buzz Agency à l'occasion des Jeux Olympiques de Paris 2024, où il a rassemblé plus de 100 000 personnes. L'agence a ensuite renouvelé ce succès aux Jeux Olympiques de Milan, avec un résultat équivalent, et accompagne désormais chaque pays dans son déploiement local : ouvertures de restaurants, influence, relations presse, événementiel, Street Market, Social Paid et plus encore.

Pour répondre à l'ampleur de ce partenariat, Wild Buzz Agency a créé une agence dans l'agence, entièrement dédiée au projet et qui connaît par cœur l'ADN de la marque. De nombreux autres projets sont aujourd'hui en réflexion.

Ce déploiement nord-américain a été rendu possible par le développement de l'agence sur le continent, avec des opérations menées en 2024, 2025 et 2026 pour Louboutin, Estée Lauder, Marc Jacobs et On Location en outre.

Infos pratiques

Toronto — Du 11 au 14 juin, Stanley Barracks. A partir de 11H00.

Dallas — Du 24 juin au 3 juillet, The Bomb Factory. A partir de 11H00.

À propos de Wingstop :

Wingstop est une enseigne internationale spécialisée dans les ailes de poulet et les saveurs. La marque poursuit un objectif d'expansion mondiale au-delà des 10 000 établissements, en s'appuyant sur une stratégie de marque ancrée dans la culture, le sport et le divertissement.

À propos de Wild Buzz Agency :

Wild Buzz Agency est une agence créative indépendante, spécialisée dans la conception d'expériences de marque à fort impact. Forte de 40 talents et d'un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros, l'agence accompagne des marques ambitieuses issues de secteurs aussi variés que le luxe, la beauté, la mode, la distribution, les spiritueux, la tech, le conseil ou encore l'alimentaire avec une exigence commune : créer des moments qui marquent les esprits et génèrent de la conversation.

WBA déploie une expertise intégrée autour de cinq pôles complémentaires : événementiel (conception, production & logistique), content (création de contenus à valeur narrative forte), influence (stratégies de prescription et d'activation de communautés), relations presse (accompagnement éditorial et médiatique) et social paid (amplification digitale ciblée pour maximiser la portée des dispositifs).

Agence indépendante à dimension internationale, Wild Buzz Agency conçoit des expériences qui mêlent storytelling, scénographie et engagement des communautés en Europe et partout dans le monde.