

Communiqué de presse



Contacts presse :

Service de presse PepsiCo France PepsiCoFR@edelman.com

Manon Haré manon.hare@edelman.com | 07.82.96.92.39

Léa Bacqué lea.bacque@edelman.com | 06.83.96.10.57

À propos de PepsiCo

Dans près de 200 pays, chaque jour, les produits PepsiCo sont consommés plus d'un milliard de fois. En 2024, le groupe a enregistré plus de 92 milliards de dollars en revenus annuels, grâce à un large portefeuille de produits alimentaires et de boissons qui comprend 23 marques, dont en France, Pepsi, Lay's, Doritos, Cheetos, Quaker, 7up, Lipton Ice Tea, Mirinda ou encore Benenuts.

La feuille de route PepsiCo Positive (pep+) traduit la vision du groupe PepsiCo en tant qu'acteur incontournable 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

**LA CHIPS DES MOMENTS
D'EXCEPTION**

Lay's, acteur majeur de la chips depuis 1932, dévoile **Lay's Gourmet**, une nouvelle gamme premium conçue pour répondre à une nouvelle occasion : celle de l'apéritif festif et raffiné partagé entre adultes.

Des chips d'exception pour des instants uniques



Produit incontournable du snacking - consommé par plus de 80 % des foyers français¹ - le segment des chips connaît une tendance particulière en décembre : lors des fêtes de fin d'année, les occasions de consommation évoluent et les chips premium séduisent davantage, avec une consommation plus forte qu'à tout autre moment de l'année (Index 120² en décembre vs moyenne annuelle).

C'est dans ce contexte que Lay's Gourmet souhaite redéfinir les codes de la dégustation et s'imposer comme l'allié des instants festifs et sophistiqués, où les Français ont à cœur de se faire plaisir, de bien recevoir et d'émerveiller leurs invités. Avec seulement 9,1 % de PDM valeur en France aujourd'hui³, le segment des chips premium a un fort potentiel, que Lay's entend développer grâce à cette collection inédite.

Grâce à une cuisson lente et douce, façon chaudron, les chips Lay's Gourmet révèlent tout le soin porté à l'association harmonieuse des textures et des saveurs, pour une expérience gustative raffinée qui allie plaisir immédiat et sophistication. La gamme Lay's Gourmet s'adresse aux consommateurs en quête de produits pour accompagner leurs moments festifs. Avec son paquet aux couleurs noire et dorée, elle s'impose comme une nouvelle gamme incontournable des tables de fin d'année, entre sophistication et convivialité.

Trois recettes signatures inédites dès octobre

Cette collection premium arrive sur le marché français dès octobre 2025 avec trois références imaginées pour séduire, entre intensité, équilibre et gourmandise :

- **Nature - Coupe classique** : Un incontournable réinventé dans une version plus épaisse et plus croustillante qu'une chips classique pour sublimer le sel. Parfaite à déguster seule ou en accord avec un fromage affiné.
- **Saveur Truffe Noire - Coupe fine** : La chips la plus fine du portefeuille Lay's,⁴ pour une texture délicate et une intensité aromatique exceptionnelle. Une expérience subtile autour d'une saveur festive et emblématique.
- **Saveur Herbes de Provence - Coupe ondulée** : Une chips très ondulée, plus épaisse⁵ pour plus de croquant, à savourer seule ou accompagnée d'une sauce. Son profil aromatique évoque le sud et les moments ensoleillés, idéal pour accompagner un apéritif hivernal revisité.



Un univers créatif autour du concept « De l'or à l'intérieur »

Notre nouvelle campagne, portée par le message « De l'or à l'intérieur »⁶, célèbre l'excellence des chips Lay's Gourmet à travers une expérience sensorielle inédite. Lay's Gourmet réinvente l'art de la dégustation en transformant l'ouverture d'un sachet en un rituel élégant et immersif. Du procédé de cuisson façon chaudron, à la croustillance dorée de nos chips, en passant par le design raffiné des paquets aux finitions dorées, chaque détail incarne une sophistication assumée et une promesse de plaisir.

Le dispositif média, articulé autour d'une publicité TV, sera enrichi par une présence publicitaire extérieure et digitale au ton premium et évocatif, proche de l'univers mode et art de vivre. Une activation sur les réseaux sociaux valorisera le rituel unique de transformer le sachet en bol doré.

Pensée pour sublimer l'univers premium de la gamme, cette campagne installera Lay's Gourmet comme la référence incontournable des apéritifs festifs et raffinés.

A découvrir dès octobre en GMS - Format 120g - PVC⁷ : 2,25 € TTC



¹ Source : Kantar, tableau conso taux de pénétration 3T 2025. ² Source : Nielsen FY 2024 / FULL CHANNEL. ³ Source : Nielsen FY 2024. ⁴ Sur la base de l'ensemble des gammes Lay's déjà commercialisées. ⁵ Comparaison sur la base de la gamme Classique et à l'Ancienne.

⁶ Tout comme nos chips, l'intérieur de nos sachets est de couleur dorée. Ils ne contiennent pas de métaux précieux. ⁷ Prix de Vente Conseillé par PepsiCo, le distributeur reste entièrement libre de fixer son prix de revente.