



OFFICIAL SPONSOR OF
FIFA WORLD CUP 26™

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

« NO LAY'S, NO GAME » REVIENT AVEC UN CASTING PRESTIGIEUX POUR ACCOMPAGNER LES FANS DU MONDE ENTIER À VIVRE PLEINEMENT LA COUPE DU MONDE DE LA FIFA 26™

À l'approche du tirage au sort final de la Coupe du Monde de la FIFA 26™, Lay's déploie sa plateforme « No Lay's, No Game » à une échelle inédite, en réunissant ses ambassadeurs Alexia Putellas, Lionel Messi, Sir David Beckham, Steve Carell et Thierry Henry. Un seul objectif : déterminer qui sera chargé d'organiser la soirée foot la plus emblématique d'avant Mondial.

Lay's, la marque de chips n°1 dans le monde, écrit un nouveau chapitre de son engagement dans le football en tant que sponsor officiel de la Coupe du Monde de la FIFA 26™, l'évènement sportif le plus emblématique au monde. Dans la continuité de son rebranding global et à l'approche du tirage au sort final, la marque relance sa campagne culte « No Lay's, No Game » avec un message clair : un match est impensable sans Lay's.

Pour la quatrième année consécutive et pour la première fois dans un contexte de Coupe du Monde de la FIFA™, « No Lay's, No Game » réunit les légendes Alexia Putellas, Lionel Messi, Sir David Beckham et Thierry Henry, pour célébrer ce qui nous rassemble tous : l'amour du jeu, la joie de regarder un match ensemble et bien sûr, le plaisir de déguster des chips Lay's. En 2026, l'acteur Steve Carell rejoindra également la campagne pour incarner ces fans occasionnels de football que la magie du Mondial parvient à fédérer.



« Des soirées match à la maison, à l'énergie électrisante des stades, Lay's est fière d'apporter saveur et convivialité à ces moments de partage qui font toute la magie du Mondial. Alors que Lay's entre dans une nouvelle ère, nous relançons No Lay's, No Game pour la Coupe du Monde de la FIFA™, aux côtés de stars internationales, pour rappeler à tous les fans qu'une expérience de football n'a jamais tout à fait la même saveur sans un paquet de Lay's. » Jane Wakely, Directrice Consumer & Marketing et Directrice de la Croissance, division International Foods, Lay's.

UN TIRAGE AU SORT... FAÇON LAY'S

Pour lancer le compte à rebours de la FIFA World Cup 26™, Lay's dévoile sa propre version du tirage au sort. Une visioconférence dans laquelle cinq amis se mettent d'accord sur la seule vraie question d'avant-match : Qui reçoit ? Et qui apporte les Lay's ?

« Après tant d'années de collaboration avec Lay's, c'est toujours un plaisir de participer à leurs campagnes », confie Lionel Messi. « Participer à un nouveau chapitre de No Lay's, No Game, surtout avec un casting pareil, a été une expérience incroyable. »



UNE TRADITION DE CRÉATIVITÉ AUTOUR DU FOOTBALL

Au fil des mois, Lay's continuera de rapprocher les fans de l'action grâce à de nouvelles surprises, activations mondiales et expériences inédites. Ce n'est que le début...

Après avoir frappé aux portes des supporters en 2023, créé un moment inoubliable en tribunes en 2024, puis orchestré le premier « Lay's Crawl » par épique en 2025, les ambassadeurs iconiques de Lay's seront de retour en 2026 pour imaginer de nouvelles expériences toujours plus surprenantes pour leurs fans.

Parce que regarder le sport n°1 au monde mérite la marque de chips n°1, Lay's s'engage à faire de chaque match un moment de partage, grâce à son croustillant et à ses saveurs uniques qui rassemblent les fans, où qu'ils se trouvent.

« Depuis quatre ans, je vois à quel point Lay's et No Lay's, No Game parviennent à surprendre les fans, en montrant combien un match devient meilleur avec un paquet de Lay's à la main », rapporte Thierry Henry. « L'engagement de Lay's va bien au-delà du terrain : il s'agit de créer des souvenirs qui rassemblent les supporters. C'est pour cela que ce partenariat est si précieux pour moi. »



LAY'S REPLAY : LE FOOTBALL AU SERVICE DU CHANGEMENT POSITIF



Lay's partage la conviction de la FIFA : le football a le pouvoir de rassembler et d'inspirer. En 2026, Lay's mobilisera son réseau mondial de terrains Lay's RePlay dans le cadre d'un programme spécial inspiré par la Coupe du Monde de la FIFA™. Lancé en 2021 en partenariat avec Common Goal, le projet Lay's RePlay vise à recycler les sachets Lay's usagés en terrains de football durables, créant des espaces communautaires qui facilitent l'accès à ce sport.

À ce jour, **le projet Lay's RePlay a permis d'inaugurer 12 terrains de football dans 11 pays à travers le monde**, offrant plus de 20 000 heures de programmes pédagogiques axés sur le football et permettant plus de 860 000 sessions de jeu.

De nouvelles informations sur l'initiative Lay's RePlay x Coupe du Monde de la FIFA 26™ seront révélées dans les mois à venir, dont une opportunité unique à ne pas manquer pour les fans !

UN ENGAGEMENT MONDIAL AUX CÔTÉS DE LA FIFA

En tant que sponsor officiel de la FIFA World Cup 26™ et de la FIFA Women's World Cup 2027™, Lay's, aux côtés de marques emblématiques comme Doritos, Cheetos, Tostitos, Ruffles, Cracker Jack, PopCorners, Quaker et Gamesa, proposera des expériences exclusives, des activations consommateurs, des produits dérivés et bien plus encore.

Pour suivre l'ensemble des initiatives Lay's autour de la Coupe du Monde de la FIFA 26™ et découvrir le film de lancement de la campagne, rendez-vous [ICI](#) et sur les réseaux sociaux : @Lays_Football.

CONTACTS PRESSE

Manon Haré

manon.hare@edelman.com
07.82.96.92.39

Léa Bacqué

lea.bacque@edelman.com
06.83.96.10.57

