



Paris, le 24 avril 2024

Après un retour réussi en 2023, Quick annonce son ambitieux plan de développement pour 2024 et signe Tony Parker comme nouvel ambassadeur de marque



Quick La Défense, flagship du renouveau de l'enseigne / Tony Parker pour Quick - Matthieu Engelen©

- En 2023, Quick, fort de son parc de 135 restaurants en France, a réalisé un chiffre d'affaires de 415 millions d'euros, soit une croissance totale de +20%, de +10% en comparable. La progression de CA est respectivement de près de +60% et +40% en deux ans.
- En 2024, l'enseigne annonce :
 - 30 ouvertures avec pour objectif d'atteindre 300 restaurants en France d'ici 2028 ;
 - La création de 1 500 emplois locaux chaque année ;
 - Le retour de Tony Parker comme ambassadeur de la marque, ;
 - De nombreuses innovations avec pas moins de 18 nouveaux burgers à la carte, des partenariats inédits et le déploiement de son programme de fidélité Qclub Quick ;
 - Son engagement sociétal avec la signature d'un partenariat à long terme avec la Fondation FACE (Fondation pour l'inclusion), présidée par Jean Castex.

Quick, enseigne pionnière de la restauration rapide depuis 1971 dont le réseau est constitué à 90% en franchise et 10% en succursale, a fait son grand retour dans l'Hexagone depuis 2022. Après deux années marquées par une croissance forte, Quick dévoile aujourd'hui son ambitieux plan de développement pour l'année 2024.

2022-2023 : deux années records signant le retour de Quick en France

L'enseigne, par son image authentique et conviviale et le goût de ses produits aux sauces inimitables privilégiant des ingrédients locaux de qualité, est devenue **une véritable marque**

patrimoniale pour les Français. En 2023, Quick a réalisé un chiffre d'affaires de 415 millions d'euros (contre 345 millions d'euros en 2022), soit une **croissance de plus de 20%** (plus de 15 points au-dessus du marché de la restauration rapide) et de **10% à périmètre comparable**. Cette progression s'ajoute à la forte croissance de 2022 pour atteindre près de **+60% au total et +40% en comparable en deux ans**.

L'enseigne a développé son parc de restaurants en ouvrant **18 nouveaux points de vente** dans toute la France **pour atteindre 135 restaurants** (vs. 117 en 2022). Ces ouvertures ont permis d'accueillir en 2023 plus de **50 millions de clients** et de créer près de **1 000 emplois**.

Fidèle à son ADN, Quick a bousculé les codes du marché en lançant l'année dernière sa nouvelle plateforme de marque : « **Quick, le goût de se retrouver** », en faisant appel à des ambassadeurs fans de la marque tels que le talentueux duo d'humoristes, **Eric & Ramzy** et les célèbres chefs **Norbert Tarayre** et **Danny Khezzar**, en mettant en place des partenariats avec des icônes de la pop culture tels que les **Original Stormtroopers, Naruto ou One Piece**, en amplifiant ses activités digitales et enfin au travers d'une série d'innovations inédites comme les *Duo Burgers* (le seul burger bi-goût du marché) et le burger gourmet *RemarQuable* à la truffe.

Frédéric Levacher, Président de Quick France, déclare : « *Pour son grand retour, Quick a connu une croissance de près de 60% de son chiffre d'affaires et de 40% à périmètre comparable en deux ans. Nous remercions tous nos clients de leur accueil enthousiaste mais aussi nos collaborateurs et partenaires franchisés pour leur engagement continu. 2023 a été une année particulièrement excitante pour Quick et 2024 s'annonce tout aussi passionnante.* »

2024 : un plan de développement très ambitieux

En effet, cette année s'annonce particulièrement dynamique pour la marque avec l'ambition de poursuivre la croissance initiée en 2023, en s'appuyant sur une notoriété parmi les plus élevées du marché et un lien toujours très fort avec les Français. « **Notre ambition est de doubler la présence de l'enseigne en 5 ans et de continuer à innover, afin que nos clients aient le goût de retrouver Quick partout en France** », confirme **Frédéric Levacher**.

Ainsi, Quick accélère son rythme d'ouvertures avec **30 nouveaux restaurants** visés cette année. Pas moins de **5 ouvertures** ont déjà eu lieu **au 1^{er} trimestre 2024**. Ces nouvelles implantations permettront de **renforcer le maillage national** avec des restaurants en périphérie d'agglomération, en centre-ville et dans les principaux centres commerciaux.

Ce plan de développement permettra la **création de 1 500 emplois locaux** dans toute la France.

Quick continuera également en 2024 de faire vivre sa plateforme de marque avec **un nouvel ambassadeur de choix, l'une des personnalités préférées des Français... Tony Parker**. Ce dernier témoigne : « **Je suis très heureux de signer à nouveau chez Quick, qui est ma marque de cœur. J'aime cet esprit de pionnier caractéristique de Quick, cette volonté de constamment innover, l'originalité apportée à chaque produit. C'est un véritable retour aux sources pour moi, et j'ai hâte de dévoiler aux Français toutes les belles surprises que nous avons préparées** ». Une décennie après sa première collaboration avec l'enseigne, Tony Parker est donc de retour chez Quick et participera à de nombreux temps forts tout au long de l'année. Il rejoint ainsi le duo **Eric & Ramzy** et le chef **Norbert Tarayre** qui poursuivent leur histoire avec l'enseigne.

De plus, Quick veut continuer à être l'enseigne la plus innovante du marché en proposant pas moins de **18 nouveaux burgers en 2024**. Ainsi, après le lancement du menu **Qarrément Bon** (Quick étant le premier acteur de la restauration rapide en France à proposer un menu complet avec 4 produits pour 4,95€, avec un choix de 3 protéines dont un veggie), la **Giant Family**, les **ClassiQ** à 7€, **Quick propose dès avril et mai deux innovations majeures** : les **Long Street burgers** ou la réinterprétation des classiques de la street food à la sauce Quick avec trois nouveaux burgers, L'Américain, le Fish&Chips et le Tex-Mex puis, un **menu inédit Dragon Ball Super** avec un burger wasabi, frites, boisson et 7 billes de fromage évoquant les fameuses 7 boules de cristal du manga culte.

Enfin, **Quick a pour volonté de développer son impact sociétal** avec, la **signature** en mars dernier **d'un partenariat stratégique avec la Fondation FACE, présidée par Jean Castex, en faveur de l'inclusion sociale, de l'insertion et de l'emploi dans les territoires**. L'ensemble des collaborateurs et des franchisés Quick sera mobilisé dans les actions solidaires et citoyennes de FACE au niveau national et au plus près des territoires.

Frédéric LEVACHER, président de Quick déclare : “ *À notre échelle, nous avons le pouvoir et le devoir de contribuer positivement au renforcement des liens sociaux. Nous sommes très honorés de rejoindre la Fondation FACE, aux côtés d'autres entreprises engagées*”.

Jean Castex, Président de FACE déclare :“ *Je suis heureux d'accueillir aujourd'hui Quick, une entreprise ancrée dans les territoires, en tant que partenaire stratégique de la Fondation FACE. C'est avec confiance et détermination que nous engageons cette collaboration, comptant sur l'engagement des équipes du réseau de Quick au service des publics que nous accompagnons*”.

A propos de Quick

Présent depuis plus de 40 ans en France et pionnier européen de la restauration rapide, Quick propose ses burgers connus et reconnus pour leur goût unique, comme son iconique « Giant ».

Quick compte près de 50 millions de clients annuels pour 135 restaurants en France (et plus de 100 restaurants en Belgique, au Luxembourg et au Maroc). L'enseigne ambitionne de doubler son parc de restaurants d'ici 2028. A date, l'enseigne compte 5 000 collaborateurs au sein du réseau et 52 partenaires franchisés.

S'appuyant sur une notoriété parmi les plus élevées du marché et un lien fort avec les Français, Quick a signé son grand retour en 2023 et affiche pour 2024 un plan de développement ambitieux avec l'ouverture de 30 nouveaux restaurants, la création de 1 500 emplois en CDI partout en France et la signature de Tony Parker comme ambassadeur de la marque, rejoignant Eric & Ramzy et le chef Norbert Tarayre.