



Paris, le 18 mars 2025

Après une année d'accélération de sa croissance en 2024, Quick annonce la poursuite de son ambitieux plan de développement pour 2025 et signe Soprano comme nouvel ambassadeur de marque.



- **En 2024, Quick**, fort de son parc de 160 restaurants en France, a réalisé un chiffre d'affaires de 515 millions d'euros, soit une croissance totale de plus +25%, positive en trafic comparable pour servir près de 60 millions de clients. Avec 30 ouvertures dans toute la France et la création de 1 500 emplois, l'enseigne continue sa très forte croissance initiée dès 2022. En trois ans, la progression de chiffre d'affaires est de près de 100% et 40% en comparable. Le programme de fidélité *Qlub Quick*, lancé en 2024, rassemble déjà plus d'un million de membres. Un million, c'est également le nombre de fans que compte la marque sur les réseaux sociaux.
- **En 2025, l'enseigne annonce :**
 - 30 ouvertures en 2025, pour la seconde année consécutive avec pour objectif d'atteindre 300 restaurants en France d'ici 2028 ;
 - L'ambition d'une expansion à l'international (au-delà de la Belgique, du Luxembourg et du Maroc) dans les 24 mois ;
 - La création de 1 500 emplois locaux ;
 - L'arrivée de Soprano comme nouvel ambassadeur de la marque et membre du « Qrew » Quick ;
 - La prolongation des collaborations avec Eric & Ramzy, Tony Parker, les chefs Norbert Tarayre et Alexia Duchêne ;
 - Toujours de nombreuses innovations, avec pas moins de 20 nouveaux burgers inédits ;
 - Le déploiement du service à table, de la commande à table ainsi que du click & collect dans tous les restaurants ;
 - Un renforcement de l'engagement sociétal dans les territoires dans le cadre du partenariat à long terme avec la Fondation FACE (Fondation pour l'Inclusion), présidée par Jean Castex ;
 - Un partenariat stratégique avec la bande-dessinée et le Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême (FIBD) dont l'édition de janvier 2025 a rencontré un grand succès avec près de 240.000 visiteurs. En parallèle, Quick a diffusé près de 400.000 livres dans ses menus dédiés à la BD en quelques semaines.



En ce début d'année, Quick maintient un rythme très élevé d'innovations et de nouveautés :

- En janvier, les clients ont pu découvrir le menu inédit Lucky Luke avec ses deux burgers au goût du Far West, dans un pain en forme d'étoile de shérif ;
- En février, lors de la célébration de l'anniversaire du Giant (avec le Giant'n Spicy, le Giant'n Cheese et le Giant Love avec son bun en forme de coeur), près de 3 000 000 de burgers ont été vendus, soit un toutes les 3 secondes ou encore la distance Paris-Bruxelles ! ;
- En mars, la marque met à l'honneur *Les ClassiQ*, les grands classiques du burger à la sauce Quick. 4 menus au prix très accessible de 7€ en version bœuf ou poulet, crispy onion ou smoky ;

En parallèle une nouvelle collaboration à succès avec deux marques cultes sera rééditée : les *Suprême Boursin*® et *Suprême La Vache qui rit*®.

Dans le prolongement de ses collaborations remarquées avec des personnalités célèbres (Eric & Ramzy, Tony Parker, les chefs Norbert Tarayre et Alexia Duchêne) et des références de la pop culture (Stormtroopers, Lucky Luke, Dragon Ball...), Quick annonce l'arrivée de **Soprano en tant que nouvel ambassadeur**, apportant avec lui son énergie fédératrice et son lien unique avec le public. Une des 10 personnalités préférées des Français, artiste incontournable qui a marqué de son empreinte le rap et la chanson française, il incarne parfaitement les valeurs de partage, de convivialité et d'authenticité qui sont chères à Quick. Pour la première étape de la collaboration, Soprano célèbrera en musique la gamme des *ClassiQ*.

Soprano déclare : « *Entre Quick et moi c'est une histoire de longue date. J'ai partagé de nombreux moments avec des amis chez Quick. C'est un peu mythique pour moi. C'est une marque qui me tient à cœur, ça me fait super plaisir de pouvoir faire partie du Qrew Quick, et je peux vous le dire, on vous prépare plein de surprises... ça va être diiingue !* »

Frédéric Levacher, Président de Quick, déclare : « *Le retour de Quick en France est une véritable success story. Depuis que nous avons relancé Quick il y a trois ans, nous avons doublé le chiffre d'affaires, franchissant la barre des 500 millions d'euros, avec une progression de 40% à périmètre comparable. En s'appuyant sur l'ouverture de 60 nouveaux restaurants, un grand nombre d'innovations produits, des collaborations inédites et des ambassadeurs reconnus, l'enseigne bouscule les codes du marché. Nous sommes ainsi très heureux d'accueillir **Soprano** en tant que nouvel ambassadeur de Quick. L'année 2024 a été particulièrement positive pour Quick, et 2025 s'annonce tout aussi passionnante !* »

A propos de Quick

Présent depuis 45 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 60 millions de clients annuels pour 160 restaurants en France (au total 245 restaurants et 100 millions de clients avec la Belgique, le Luxembourg et le Maroc.

S'appuyant sur une notoriété parmi les plus élevées du marché et un lien fort avec les Français, Quick a signé son grand retour depuis 2022 et affiche un plan de développement ambitieux pour doubler son parc de restaurants en France d'ici 2028. En 2025 Quick vise d'ouvrir 30 nouveaux restaurants, la création de 1 500 emplois partout en France et annonce la signature de Soprano comme ambassadeur de la marque, rejoignant Eric & Ramzy, Tony Parker et les chefs Norbert Tarayre et Alexia Duchêne.