



Paris, le 30 juin 2025

Quick & Soprano présentent les Soprano Burgers : deux recettes solaires & généreuses qui vont régaler cet été



Quick | Le goût de se retrouver.



Quick | Le goût de se retrouver.



Quick | Le goût de se retrouver.

Quand la musique rencontre la food

Quick s'associe à l'un des artistes les plus populaires de la scène musicale française, Soprano, pour lancer une collaboration estivale aussi savoureuse qu'inspirée.

Figure fédératrice et emblématique de la pop urbaine, Soprano est, depuis mars 2025, le nouvel ambassadeur de l'enseigne. Ce partenariat inédit reflète des valeurs communes de convivialité, d'authenticité et de créativité, et s'est construit comme une évidence : Soprano est un client de longue date du restaurant Quick du Vieux-Port de Marseille.

Cette collaboration s'inscrit dans **la continuité des collaborations remarquées de Quick** avec des figures iconiques et des références incontournables de la pop culture. En 2025, l'arrivée de Soprano au sein de la famille Quick apporte une nouvelle dynamique, alliant innovation culinaire et valeurs de partage. Ensemble, ils ont dévoilé de nouvelles recettes de burgers, enrichissant la gamme ClassiQ, et, dès juillet, deux nouvelles recettes de « diingue », parfaites combinaisons des deux univers.

Une collaboration créative et gourmande

L'élaboration des Soprano Burgers a fait l'objet d'un travail minutieux entre les équipes de Quick et Soprano. Ensemble, ils ont sélectionné des ingrédients emblématiques du Sud et imaginé des recettes qui allient gourmandise, équilibre et originalité. L'objectif ? Offrir un burger qui reflète à la fois l'univers de l'artiste et l'expertise culinaire de l'enseigne. Chaque sauce a été conçue pour sublimer la viande tout en apportant une signature gustative singulière.

" Je voulais qu'on retrouve un peu de chez moi dans ces burgers, du goût, du soleil, des épices... On a bossé ensemble sur chaque détail. J'ai goûté, re-goûté, ajusté... jusqu'à ce que ça me ressemble vraiment. Ce n'est pas juste un burger avec mon nom dessus, c'est une vraie création qu'on a faite en équipe." – Souligne **Soprano**

Une création culinaire inédite aux accents du Sud

De cette rencontre est née une gamme de burgers exclusive généreuse et « ensoleillée », à l'image de l'artiste : les **Soprano Burgers**. Disponibles dès le 1er juillet, ces deux nouvelles recettes, **Beef Creamy Tomato** et **Chicken Spicy Tomato**, incarnent la richesse gustative du Sud et l'esprit solaire de Soprano :

- Un bun brioché généreusement recouvert de graines croquantes et colorées (graines de courges, quinoa rouge, graines de nigelle, de millet rouge et sésame blanc), clin d'œil aux tonalités du Sud, cher à l'artiste.
- Deux sauces inédites - le savoir-faire de l'enseigne - développées spécialement pour l'occasion : une sauce crémeuse, inspirée de la sauce tomate-basilic qui fait le bonheur des fans de l'enseigne, sublime la recette au bœuf quand une sauce tomate épicée vient relever la recette au poulet panée, dont la bande son pourrait être « En feu ».
- Une touche de fraîcheur estivale avec des tomates confites, emblématique de la cuisine méridionale.



Deux formats seront proposés :

- Le **Menu Soprano**, à 9,95 €, composé d'un burger au choix parmi les recettes proposées, d'une frite moyenne et d'une boisson moyenne.
- A partir de mi-juillet, le **Menu Soprano + Prime Collector**, à 14,95 €, incluant en plus un t-shirt oversize ultra stylé ou LA gourde de l'été, floqués aux couleurs de la collaboration.



Quick | Le goût de se retrouver.

POUR VOTRE SANTÉ, PRATIQUEZ UNE ACTIVITÉ PHYSIQUE RÉGULIÈRE.
WWW.MARQUEQUICK.FR

Un déploiement immersif dans tous les restaurants Quick

Pour célébrer cette collaboration, l'univers visuel de Soprano s'invite dans les restaurants : les équipes arboreront des t-shirts designés pour l'occasion et une ambiance 100 % Soprano sera déployée.

Un dispositif de communication puissant accompagne le lancement, incluant une campagne TV, digitale et d'affichage à partir du 1er juillet. Le concept : une immersion dans l'univers scénique de Soprano, au son de son tube « Tour du Monde », où un slam d'anthologie lui permettra d'aller croquer dans ses Soprano Burgers.

L'enseigne offrira également tous les jours sur les réseaux sociaux, des places pour les concerts de Soprano, en plein « Freedom Tour », notamment pour ses grandes dates au Vélodrome et à l'Accor Arena, pour une expérience Soprano x Quick à 360°.

A propos de Quick

Présent depuis 45 ans en France et pionnier européen de la restauration rapide, Quick propose ses burgers reconnus pour leur goût unique, comme son iconique « Giant ». Quick compte près de 60 millions de clients annuels avec plus de 160 restaurants en France) (au total 245 restaurants et 100 millions de clients avec la Belgique, le Luxembourg et le Maroc). L'enseigne ambitionne de doubler son parc de restaurants d'ici 2028. A date, l'enseigne compte 6 000 collaborateurs au sein du réseau et une soixantaine de 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 France. 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 à ouvrir 30 nouveaux restaurants, la création de 1 500 emplois en CDI partout en France et a annoncé la signature de Soprano comme ambassadeur de la marque, rejoignant Eric & Ramzy, Tony Parker et les chefs Norbert Tarayre et Alexia Duchêne.

Quick est membre du comité d'orientation de la FACE, fondation pour l'inclusion, présidée par Jean Castex. Quick est également partenaire principal du Festival International de la Bande Dessinée (FIBD) d'Angoulême.