



Entre duel de burgers XXL et nouvelles boissons rafraîchissantes, Quick se transforme en hot spot food de l'été !

Cet été, Quick assume plus que jamais son goût pour la générosité. **Du 7 juillet au 3 août 2026**, l'enseigne lance un duel gourmand qui devrait ravir les amateurs de burgers avec le **Giant Giga vs Extra Looooong**. Les deux icônes de la marque voient grand, très grand, avec des recettes pensées pour celles et ceux qui aiment quand le burger devient un vrai moment d'envie, de partage et de plaisir.

Et pour un été en toute fraîcheur, Quick propose ses DrinQs, une gamme de boissons gourmandes qui s'imposent comme les must-have de la saison, à déguster seuls ou en complément d'un menu XXL.

Pour télécharger les informations (CP, visuels, film, ...) : [cliquez ici](#)



Un duel XXL entre deux incontournables de Quick

D'un côté, le *Giant Giga*, version "giga" généreuse du burger le plus iconique de l'enseigne, avec 315 grammes de steak haché 100% pur bœuf et sa sauce emblématique.

De l'autre, les *Extra Looooong*, inspirés de l'ADN gourmand et allongé de la gamme *Long* : les recettes cultes *Bacon* et *Chicken* passent en version XXL et sont complétées par une inédite déclinaison aux *Onion Rings*.

Ensemble, ils composent une gamme pensée pour répondre à une envie très actuelle : des produits généreux, réconfortants, visuels, et immédiatement désirables.

À travers ces créations XXL, Quick capitalise sur ce qui fait sa singularité : des recettes iconiques, un territoire de marque assumé, et une capacité à transformer un lancement en moment de consommation mémorable.

Le Giga Giant et les Extra Longs seront disponibles dans l'ensemble des restaurants Quick participants du 7 juillet au 3 août 2026

Une campagne pensée comme un choc des titans

Pour installer ce duel XXL, Quick déploie un dispositif de communication à fort impact. La campagne s'appuie notamment sur le retour de l'univers "**Shi Fou Quick**", avec Éric et Ramzy, qui mettent en scène avec humour l'affrontement entre le Giga Giant et les Extra Long.

Deux spots TV de **10 et 20 secondes** seront diffusés du **7 au 19 juillet 2026**, notamment à l'occasion des matchs de la Coupe du Monde, sur **beIN SPORTS** et **M6**. Un contexte événementiel fédérateur, idéal pour transformer ce duel gourmand en conversation populaire.

Le dispositif sera complété par une campagne d'affichage nationale, une présence digitale renforcée, ainsi que des supports in-store immersifs pour prolonger l'expérience jusque dans les restaurants.

Pour découvrir les différents contenus, [cliquez ici](#).



Les DrinQs : la nouvelle vague de boissons gourmandes et rafraichissantes pour l'été !

Pour accompagner ce temps fort, Quick enrichit également son expérience en restaurant avec le lancement des **DrinQs**, une nouvelle gamme de boissons gourmandes pensée comme une parenthèse fraîche, fun et ultra-désirable à consommer en accompagnement de son repas, ou en dessert !

Au menu, quatre recettes inédites :

Coca-Cola® Float : l'iconique Coca-Cola® twisté avec une touche glacée vanillée, pour une pause fraîche, régressive et ultra-gourmande.

Fizz Fraise-Menthe : une boisson pétillante et fruitée, aux sirops saveurs fraise et menthe, pensée comme un shot de fraîcheur pop et coloré.

Thé glacé Pastèque : la boisson désaltérante par excellence, avec une note pastèque légère et estivale qui sent bon les beaux jours.

Frappé Caramel Espresso : l'alliance gourmande d'un milkshake, d'un espresso et d'une pointe de caramel, dans une boisson frappée aussi fraîche que réconfortante.



Quick | Le goût de se retrouver.

Les DrinQs seront disponibles dans l'ensemble des restaurants Quick participants du 7 juillet au 5 octobre

A propos de Quick : Présent depuis 45 ans en France et pionnier européen de la restauration rapide, Quick s'est imposé comme une enseigne emblématique reconnue pour le goût unique de ses burgers, dont l'iconique Giant. Quick compte plus de 60 millions de clients annuels pour près de 190 restaurants en France (au total 275 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, avec plus de 1 500 emplois créés par an partout en France. Quick collabore avec des ambassadeurs de renom comme Eric & Ramzy, Soprano, Tony Parker et les chefs

Norbert Tarayre et Alexia Duchêne. Quick est également membre du comité d'orientation de la Fondation FACE qui agit pour l'inclusion, présidée par Jean Castex.