



ETUDE : LES FRANÇAIS ACCROS À LA SAUCE ?

1 sur 3 préfère renoncer au dessert plutôt qu'à sa sauce préférée



Sondage OpinionWay pour Quick

Étude réalisée auprès d'un échantillon de 1 012 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, interrogées en ligne les 23 et 24 septembre 2026.

À 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. L'enseigne a atteint un CA de 600m€ en 2025 et dépassera les 200 restaurants en France en 2026 (au total plus de 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 atteindre 300 restaurants en France d'ici 2028, avec plus de 1 500 emplois créés par an partout en France. Avec près de 70 nouveaux burgers lancés en 2 ans — régulièrement plébiscités* par les clients de la restauration rapide Quick se positionne comme le leader en innovation du marché ; une créativité portée par des collaborations avec des licences globales (Avengers, Dragon Ball, Lucky Luke...) et 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. Ancrée dans la culture populaire française, l'accès à la marque s'est élargi récemment avec le lancement en GMS des sauces iconiques de Quick en partenariat avec Lesieur.

**Source : étude Quali-Quant, mars 2025 – avril 2026 : 1ère et 3ème position parmi les innovations burgers préférées des clients du marché, en matière de collaboration de marque et de goût*