



Paris, le 1^{er} juillet 2024

Quick et son ambassadeur Tony Parker dévoilent les *French Burgers*, les irrésistibles burgers des supporters français !



Un concept inédit de burgers bleu, blanc, rouge

Quick & Tony Parker, nouvel ambassadeur de l'enseigne et l'une des personnalités préférées des Français, lancent cet été un concept totalement inédit aux couleurs des supporters tricolores : **Les French Burgers**. Trois burgers aux couleurs :

- **BLEU** de caractère, sauce au bleu
- **BLANC** gourmand, sauce mayonnaise moutarde de Dijon
- **ROUGE** relevé, sauce piment d'Espelette

Fruits du processus d'innovation de l'enseigne, ces trois recettes jouent la carte de l'origine France - pains, steaks hachés pur bœuf / pur muscle et sauces - et bénéficient d'un important travail de Recherche & Développement pour obtenir la coloration des buns : quantité de sucre réduite, température de cuisson abaissée pour le *French Burger* blanc et ingrédients d'origine naturelle comme la spiruline et la myrtille pour le *French Burger* bleu ou extraits de paprika et de carotte pour le *French Burger* rouge. Fromage fondu, tomate, salade roquette scarole et oignons frits viennent parfaire la générosité de ces recettes.

3 couleurs, 3 sauces au choix emblématiques de la gastronomie française, les *French Burgers* ont chacun leurs supporters, et leur fan numéro 1 n'est autre que Tony Parker en personne, qui va porter haut et fort leurs couleurs pendant tout l'été.

Disponibles dès le 2 juillet et jusqu'au 12 août dans les restaurants Quick au prix de 9€95 en menu, les *French Burgers* permettent aux supporters d'afficher fièrement leurs couleurs jusque dans l'assiette !

Une campagne de lancement à grande échelle

Le lancement des trois nouvelles recettes de *French Burgers* marque le retour de l'enseigne en télévision avec un film au format impactant (30") mettant en scène son ambassadeur, Tony Parker. Celui-ci sera diffusé lors des grands événements sportifs qui marquent le quotidien des Français dès le début du mois de juillet et jusqu'au démarrage de la grande compétition mondiale qui se déroulera en France. Un dispositif global 360° très puissant avec au menu, en plus de la présence des *French Burgers* en TV, de l'affichage national et un film événementiel version longue en digital. Cette campagne sera en outre relayée en social media, notamment via un jeu invitant les amoureux du goût à voter pour leur *French Burger* préféré. Des contenus exclusifs seront à découvrir sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, X, TikTok) pour permettre à tous de se régaler... et de se retrouver.



Quick | Le goût de se retrouver.

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

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 145 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.