

Tout change chez Quick. Objectif : faire du challenger LA destination burgers dans un univers concurrentiel où McDo est très loin d'être le seul rival et où Quick détient environ 30 % de PDM.

Ce qui porte le message, c'est la toute nouvelle signature et posture de marque « Le goût d'en faire plus. » Nous voulons séduire à nouveau les ados ... », affirme Marie-Pierre Mottin (directrice marketing du groupe). (...) Le 8 février, la prise de parole sera donc amorcée par un référendum demandant aux clients d'exprimer leurs attentes et leurs désirs sur une plateforme web dédiée. Les 10 propositions les plus plébiscitées seront mises en œuvre dans le courant de l'année 2015.

Notre volonté est d'être un agitateur qui secoue son marché, qui débanalise le burger et revendique clairement ce qu'il est : Quick c'est le goût. Nous sommes du quartier, nous sommes proches, nous cuisinons pour de vrais gens, nous sommes dans la vraie vie ». Les spots mettront en scène de vrais gens croquant dans de vrais hamburgers dégoulinants, seuls, en bande ou en famille, décomplexés et naturels.

La première campagne sera visible à partir du 6 janvier et jusqu'au 16 février. Elle s'articule autour de trois médias complémentaires : la télévision : en majeur, les principales chaînes de télévision grand public et de la TNT la radio, en complément, les stations de radio leaders sur la cible stratégique des 15-34 ans (NRJ, Skyrock, Virgin, Fun Radio...) le digital, en renfort, les supports digitaux les plus en affinité avec les modes de consommation des 15-25 ans (Google, Facebook, Spotify...). Notre communication sera très identitaire : nous allons parler beaucoup de nos produits, de l'amour de nos recettes bien faites, mais aussi du plaisir de manger, de partager, de gourmandise assumée. La communication repose sur l'idée que le client peut toujours exiger plus de nous, la signature « Le goût d'en faire plus. » l'illustre complètement. Le concept du foodtruck a déjà amorcé ce virage de la proximité en s'installant provisoirement lors d'événements.