



## ET SI LA MEILLEURE STRATÉGIE DE CROISSANCE ÉTAIT DE FAIRE GRANDIR SES FRANCHISÉS ?

*Quand le modèle de franchise devient un levier de réussite et non une contrainte*



Dans un contexte où les entrepreneurs sont plus attentifs que jamais à la rentabilité de leur investissement, BiG M franchit le cap des 80 enseignes en défendant un modèle à contre-courant : faire de la réussite économique de ses franchisés le premier moteur de croissance du réseau.

Alors que le secteur de la franchise poursuit son développement, les attentes des candidats évoluent. Au-delà de la notoriété d'une enseigne, ils recherchent désormais un modèle économique capable de leur permettre de construire une activité rentable, durable et, pour certains, de développer plusieurs points de vente. C'est sur cette conviction que BiG M a construit son réseau depuis sa création. Aujourd'hui, l'enseigne française dépasse les 80 restaurants, une croissance qu'elle attribue à un principe simple : lorsque les franchisés disposent des moyens de réussir, c'est tout le réseau qui se développe.

### **Un modèle économique pensé pour durer**

Contrairement aux schémas classiques, **BiG M** repose sur une logique simple : *plus le franchisé gagne, plus la marque se renforce.*

Cela se traduit par :

- un **cadre financier accessible**,
- une **structure de coûts maîtrisée**,
- un accompagnement opérationnel réel (et non théorique),
- une capacité pour les franchisés performants de **réinvestir rapidement**.

Un choix stratégique assumé, à contre-courant des modèles extractifs, qui positionne la franchise comme un **partenaire de croissance**, et non comme un centre de coûts.

### **Lyon, laboratoire du modèle BiG M**

Le cas lyonnais illustre parfaitement cette dynamique. Un entrepreneur local ouvre un premier restaurant BiG M. Puis un second. Puis un troisième. Non pas par opportunisme, mais parce que le **modèle le permet** : rentabilité, équipes stabilisées, process clairs, clientèle fidèle.

Aujourd'hui, ces établissements génèrent :

- de l'**emploi local**,
- une activité économique durable,
- et une présence de marque forte, ancrée dans le territoire.

### **Le quotidien réel d'un franchisé, loin des discours idéalisés**

Chez BiG M, la réussite ne repose pas sur des promesses abstraites, mais sur la **réalité du terrain** :

- gestion d'équipes,
- pilotage des marges,
- adaptation aux spécificités locales,
- accompagnement permanent du réseau.

Un fonctionnement qui explique pourquoi certains franchisés deviennent, au fil du temps, de **véritables partenaires historiques** de la marque.

### **Une franchise "win-win", par choix stratégique**

En refusant l'asphyxie financière et la course aux volumes, **BiG M a fait un pari** : celui de la **croissance partagée**.

Un modèle qui séduit aujourd'hui :

- des entrepreneurs en reconversion,
- des profils multisites,
- et des investisseurs à la recherche de **franchises plus équilibrées**.

### **À propos de BiG M**

BiG M, pionnier de la street-food halal, a été lancé en 2019. La marque compte plus de 80 restaurants BiG M à ce jour en France, 2 au Sénégal, 1 au Maroc et 1 en Espagne. Plusieurs ouvertures sont prévues cette année, dont de futurs déploiements à l'international. BiG M c'est 2 co-fondateurs, forts d'une longue expérience entrepreneuriale : Mehdi et Yaniss, et un esprit innovant pour concocter de nouvelles recettes ou enrichir la gamme des produits proposés au menu.

[www.bigm-burger.fr](http://www.bigm-burger.fr)

