



BiG M, LA FRANCHISE DE BURGERS MADE IN FRANCE QUI VOIT BIG POUR 2026 !

Créativité, accessibilité, collaborations, la recette pour durer !



BiG M, la franchise des burgers made in France, créée en 2019 à Bondy, voit les choses en grand pour 2026. Pour rappel du concept : proposer au même endroit le meilleur du burger, le tout, halal, à un tarif très attractif et avec un concept qui joue sur l'art de la combinaison (les célèbres menus doublés). 2025 s'achève avec un goût de réussite qui fédère tous les acteurs de la marque, franchisés, collaborateurs, partenaires mais aussi clients (car oui, les fans de BiG M sont les premiers ambassadeurs de l'enseigne). Entre création de nouveaux concepts, collaborations porteuses de sens et stratégiquement ultra-efficaces, développement à l'international et ADN disruptif sur le marché de la street-food.

Encore + d'opportunités en 2026 pour les franchisés

En 2025, BiG M confirme sa dynamique de croissance et consolide sa position d'acteur incontournable de la restauration fast casual accessible. L'enseigne peut se féliciter d'avoir atteint un CA de l'ordre de presque 60 millions d'euros pour l'année qui s'achève, contre 53 millions d'euros en 2024. A cela s'ajoutent 17 nouvelles ouvertures en 2025 dont plusieurs à l'international (1 au Maroc, 1 en Guinée-Conakry, 3 au Sénégal) et un projet à l'étude en Espagne. Aujourd'hui, BiG M, c'est 72 boutiques sur tout l'hexagone. *« Et demain, encore plus d'opportunités pour nos franchisés ! Nos 71 boutiques sont détenues par une vingtaine de franchisés. Certains sont des multi-franchisés, conquis par nos valeurs et notre esprit familial »*, explique Mehdi, co-fondateur de BiG M. Le réseau affiche désormais l'ambition de mailler davantage le territoire, notamment la Bretagne, le Nord et le Sud-Ouest.

Réunir le meilleur de la street-food au même endroit

BiG M a bâti sa force sur le marché de la street-food avec un parti pris culinaire exclusif : réunir au même endroit le meilleur du burger et proposer des combos pour satisfaire les « Big » gourmands.

Pour aller encore plus dans ce sens, faire plaisir à ses clients, toutes générations confondues, l'enseigne rivalise de créativité et fait preuve d'un sens inné de la stratégie en misant sur l'esprit collectif ! *« Nous avons continué à embaucher collaborateurs et franchisés pour accompagner notre développement et les ouvertures qui s'enchaînent. De nouveaux animateurs ont ainsi rejoint l'équipe, un plus pour stimuler et renforcer la performance de nos franchisés comme leur sentiment d'appartenance au réseau. Ensuite, le groupe d'investissement TAWILA, que nous avons lancé avec d'autres entrepreneurs, a récemment inauguré un concept de food-court, baptisé Big Canteen. Le principe : une offre XXL qui repose sur la mutualisation des moyens grâce à une cuisine centrale et une commande au même endroit. Big Canteen réunit sur un même lieu l'enseigne BiG M mais aussi les marques récemment acquises par TAWILA : FatBurger, Buffalo's Café, ADS (All Day Snack), Original Riz Crousty, Fat Burger ou plus récemment Koboön. Avec Big Canteen, le client est dépaycé et déguste à la demande ! Nos futures ouvertures se feront ainsi sous enseigne Big Canteen »*, résume Mehdi.

2026 : l'année de tous les challenges !

Forte de cette dynamique, BiG M aborde 2026 avec des objectifs structurants :

- **Atteindre le cap des 100 boutiques**, en France et à l'international
- **Accélérer le développement international**, en s'appuyant sur des partenaires locaux solides
- **Déployer le concept Big Canteen** et en faire plus qu'un restaurant, une destination food et lifestyle accessible à toutes les générations

L'innovation produit reste un pilier fondamental du développement de BiG M. En 2026, la marque entend renforcer son offre, notamment sur le segment des desserts, avec des concepts différenciants tels que, outre que le format canette déjà bien apprécié par les Big gourmands, des mini donuts, des profiteroles déstructurés et d'autres créations gourmandes en cours de développement. L'innovation au sein du réseau s'illustre aussi au niveau du service, ce que les clients perçoivent dès leur accueil au sein d'un restaurant. Depuis sa création, BiG M défend en effet une vision claire de la restauration : des restaurants conçus comme de véritables lieux de vie, intergénérationnels, inclusifs, une carte variée, inspirée de différentes cultures et un engagement fort : proposer les prix les plus bas possibles sans compromis sur la qualité. En 2026, BiG M entend poursuivre sur les mêmes bases qui ont fait son succès.

À PROPOS DE BiG M

BiG M, pionnier de la street-food halal, a été lancé en 2019. La marque compte 72 restaurants BiG M à ce jour en France, 2 au Sénégal, 1 au Maroc et 1 en Espagne. Une trentaine d'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

