



BIG M, LA FRANCHISE DE BURGERS MADE IN FRANCE, VOIT L'AVENIR EN GRAND !



BiG M, la franchise des burgers made in France, créée en 2019 à Bondy, voit les choses en grand pour 2025 et en très grand pour 2026 ! On rappelle le 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). Avec 47% de parts de marché, le burger est clairement le produit le plus attractif de la restauration rapide, selon la dernière étude France Snacking, consacrée aux Top 150 des majors du secteur. De quoi conforter les ambitions de BiG M pour les années à venir !

BIG M : 50e au dernier classement France Snacking

Cocorico ! BiG M peut se féliciter d'occuper la 50e position dans l'enquête Top 150 des majors de la restauration rapide. Une bonne nouvelle pour la franchise de burgers made in France et ses fondateurs. **En France, BiG M, c'est 68 restaurants**, autant dire qu'on est loin des géants de la restauration rapide. Et pour autant, BiG M démontre chaque jour que **son modèle, ses choix et ses partis pris sont la recette gagnante** sur un marché qui se reconfigure et se fragmente, sur fond de guerre des prix et de fréquentation sélective. **Proximité client, recettes innovantes et de qualité, stratégie de marketing digital efficace, BiG M réunit tous les ingrédients d'une réussite maîtrisée.**

Et si cette enquête de France Snacking révèle aussi que le marché de la restauration est saturé (on compte 1 restaurant pour 168 habitants contre 1 restaurant pour 288 habitants il y a 20 ans), cela n'empêche pas BiG M de nourrir de grandes ambitions pour cette année et pour 2026 ! L'enseigne prévoit ainsi entre **25 à 40 nouvelles ouvertures**, tout en attachant de l'importance à la sélection de ses franchisés, premiers ambassadeurs de sa qualité de service. Déjà présent à Dakar au **Sénégal**, BiG M continue son expansion à **l'international**, notamment en **Afrique de l'Ouest**.



Proximité...et expérience client assurée !

L'étude France Snacking révèle qu'aujourd'hui, le consommateur, fan ou non de restauration rapide, attend avant tout une **réelle expérience**. Ça tombe bien car chez BiG M, le client découvre un univers à l'identité bien marquée, en rupture par rapport aux codes de la restauration rapide : noir et orange, design différenciant... L'expérience se poursuit avec des **recettes maîtrisées** sur le bout des doigts, des **produits sélectionnés** pour offrir des burgers qui font voyager les papilles tout en faisant rimer créativité et qualité.



Après le **Naan Burger** lancé à l'été 2024, BiG M a lancé le **Long Bacon**. Côté boissons, les saveurs mixent là encore naturel et originalité. En effet, BiG M peut se targuer d'avoir créé ses propres recettes de sodas comme le **STREET Cola**. L'enseigne est aussi à la pointe côté desserts. À venir : les frites BiG M, le STREET Cola vanille et cherry...

Les clients n'ont pas fini d'être surpris ! Toujours selon l'étude France Snacking, le client attend de son restaurant de la variété, de la qualité et des prix bas. Avec BiG M, il est servi et toute l'année par des bons plans.



Enfin, l'expérience est totale puisque BiG M a créé sa **propre application de livraison**. **46% des étudiants** font confiance aux apps de livraison pour commander leur repas et la Gen Z est très sensible aux abonnements et aux offres clic & collect à prix cassés, selon l'enquête France Snacking. BiG M a donc tout compris pour **optimiser l'expérience client !**

Qualité et traçabilité au menu !

C'est ça qu'on aime chez BiG M ! La qualité ne se discute pas et on ne triche pas avec les produits qu'on utilise. Le **sourcing produit** reste intraitable avec, pour exemple, pour le Long Bacon, une **viande irlandaise** qui garantit des **bovins nourris à l'herbe**, un nouveau **pain plus moelleux** et dont le goût reflète un savoir-faire éprouvé et du **fromage français**. Qualité et traçabilité, chez BiG M, la transparence est gage de fidélisation clients et franchisés. C'est presque **comme à la maison** et là encore, c'est un parti pris qui illustre aussi l'esprit familial de l'enseigne.

Une communauté de fans de burgers et pas que...

Créer du lien avec ses clients, faire grandir ses clients avec ses restaurants, c'est toute l'ambition de BiG M. Un **esprit familial qui colle avec l'ADN de l'enseigne** : des restaurants ouverts à toutes et à tous, quel que soit l'âge, les goûts ou les interdits alimentaires ou religieux.



BiG M propose en effet des menus halal. Pour autant, l'enseigne ne se veut en aucun sectaire, au contraire ! Pour cet acteur français de la restauration rapide, il s'agit aussi de proposer une **offre représentative des consommateurs au sens large du terme**. Et en même temps, BiG M répond aux attentes des clients qui, selon la dernière enquête France Snacking, veulent plus de produits épicés, gourmands et identitaires. D'ailleurs, sur les 150 établissements référencés par cette enquête, 30 proposent une offre halal (qui représente 1.4 milliard d'euros) dont BiG M. L'enseigne a aussi réussi à se construire une communauté de fans qui s'agrandit chaque jour. Et pour que la stratégie de marketing digital soit complète, BiG M travaille sa notoriété à coup de partenariats liés au sport, aux loisirs ou à la culture.

Bref, BiG M n'a pas fini de voir les choses en BiG !



À propos de BiG M

Créée en 2019 à Bondy par Mehdi Bella et Yaniss Ourabia, BiG M est une chaîne de restauration rapide proposant des burgers inspirés des recettes les plus populaires, avec une carte entièrement halal et leurs propres créations. L'enseigne compte plus de 70 établissements à travers le monde dont plus de 55 franchisés. Ils prévoient une expansion continue à l'international.

