

## PICTO CÉLÈBRE SES 10 ANS : DU SANDWICH ARTISANAL AU MODÈLE DURABLE



Matthieu Babinet et Guillaume de Murard

**En une décennie, l'enseigne a prouvé que l'on pouvait allier restauration rapide, qualité et responsabilité, tout en séduisant plus de 650 000 clients par an.**

En 2015, deux amis d'enfance du Poitou, **Guillaume de Murard** et **Matthieu Babinet**, lançaient un pari audacieux : réhabiliter le sandwich baguette, au cœur des villes avec de bons produits du terroir à prix accessible. Dix ans plus tard, **Picto compte 7 établissements, prévoit 3 ouvertures en 2026, rassemble 55 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 6 M€.**

### **Une restauration rapide qui a du sens**

Le succès de Picto repose sur une idée simple : les gens pressés ont le droit de bien manger ! Chaque sandwich est préparé **minute devant le client**, avec **baguette artisanale et produits français de saison**. L'offre s'est également diversifiée avec des salades, desserts et boissons maison.

#### **Guillaume de Murard, co-fondateur de Picto :**

*"Nous avons voulu prouver que l'on peut proposer un produit simple comme le sandwich, tout en respectant les saisons, les producteurs et le plaisir de nos clients. Chaque jour, notre ambition est de transformer le 'manger vite' en 'manger bien' tout en restant abordable."*

## Une success story à la française

De son premier restaurant rue Lafayette à Paris à ses implantations dans des gares, quartiers d'affaires et musées prestigieux, Picto a construit un réseau attractif et performant. Chaque année, **650 000 clients** fréquentent ses points de vente. Avec une croissance de **+10 % en 2025** et un **EBE de 12 %**, l'enseigne démontre qu'il est possible de concilier rentabilité et restauration responsable.

## Une ambition affirmée pour les années à venir

L'enseigne, qui a récemment repensé l'agencement de ses restaurants en intégrant une zone de libre-service, prévoit plus de **30 restaurants d'ici 2030**. Ces développements à venir, menés à la fois en propre et en franchise à Paris comme en province, s'organiseront autour de ses trois marchés stratégiques : le **travel retail**, les **quartiers d'affaires** et les **musées**.

### Matthieu Babinet, co-fondateur de Picto :

*"Forts de notre succès dans nos implantations en gares, nous visons d'être un jour présents dans de nombreuses grandes gares de France, qui ont toutes droit à leur Picto ! Notre vocation est en effet d'apporter de l'authenticité et de la qualité dans des environnements, comme les gares, où les clients s'étaient résignés à des produits industrialisés."*

## Un modèle engagé et reconnu

Picto est labellisé **Écotable** depuis 2023, avec deux audits annuels attestant de sa démarche responsable. La même année, l'entreprise est devenue **Entreprise à Mission**, inscrivant ses valeurs dans la durée. Membre du **Collège Culinaire de France**, Picto partage les principes de qualité et de terroir défendus par Alain Ducasse et d'autres chefs engagés.

## 10 ans, une collaboration gastronomique

Pour célébrer cet anniversaire, Picto s'associe au **chef étoilé Thibaut Spiwack** pour une création exclusive, symbole de l'alliance entre gastronomie et restauration rapide de qualité. Une illustration parfaite de la capacité de l'enseigne à proposer **authenticité et excellence à un prix accessible**, même dans un environnement urbain et un temps de pause limité.

*Points de vente : Grands Boulevards, Esplanade de la Défense, Musée Picasso, Palais de la Porte Dorée, Gare de Lyon - Hall 3, Gare de Bercy, Gare de Toulouse Matabiau*