

Portrait

David Bicheron, le stratège adaptable derrière le succès de Picadeli en France



Chez David Bicheron, rien n'a jamais vraiment été laissé au hasard. Aujourd'hui CEO de Picadeli France et Benelux, il pilote le développement d'un concept devenu une référence du snacking sain, avec plus de 400 bars à salades en France et plus de 2 000 dans le monde. Chaque année, la marque sert plus de 50 millions de salades et dépasse les 130 millions d'euros de ventes à l'international.

Une trajectoire solide, construite pourtant loin des raccourcis.

Une enfance marquée par le travail et l'adaptation

Né près de Lyon, David Bicheron grandit dans une famille où le travail occupe une place centrale. Son père, très engagé professionnellement et souvent en déplacement à l'international, transmet une valeur forte : la réussite passe par l'investissement.

Un modèle qui le marque, tout en lui donnant, plus tard, l'envie de construire son propre équilibre. Très tôt, David développe aussi une autre compétence clé : l'adaptation. Entre

déménagements et changements d'établissements, il apprend à s'intégrer rapidement, à recréer des repères, à avancer sans s'ancrer dans un cadre unique.

Une capacité qui deviendra l'un de ses plus grands atouts.

Un parcours construit comme une stratégie

À partir du collège, il adopte une approche déjà très structurée de ses choix. Il observe, anticipe, ajuste. Il change d'établissement pour maximiser ses chances d'intégrer les meilleurs parcours, quitte à sortir de sa zone de confort.

Même logique plus tard : à chaque étape, il privilégie les environnements qui lui donnent le plus de chances de réussir.

Cette logique se retrouve dès ses débuts chez Danone. Conscient des barrières à l'entrée sur les postes marketing, il contourne le système en visant un stage en développement commercial international. Une porte d'entrée plus accessible, qui lui permet ensuite de basculer vers le marketing.

Un premier exemple de ce qu'il revendique aujourd'hui comme une constante : avancer avec méthode.

Danone, Coca-Cola : la double lecture du business

Après Danone, il passe plus de dix ans chez Coca-Cola. D'abord au marketing, puis sur le terrain, en commercial.

Un choix déterminant.

Ce passage par l'opérationnel lui donne une compréhension complète du business, à la fois stratégique et concrète. Une double lecture qu'il conserve aujourd'hui et qui fait sa singularité.

À cela s'ajoute une culture de l'exigence héritée des grands groupes : rigueur, excellence d'exécution, sens du détail.

Un premier échec, déclencheur pour la suite de sa carrière

En 2013, il se lance dans l'entrepreneuriat en rejoignant une entreprise familiale dans l'agroalimentaire dont un des clients historique ne sera autre que Géant Vert. L'expérience est formatrice, mais le modèle économique ne tient pas.

Il pivote vers le conseil et l'accompagnement commercial pour maintenir l'activité.

C'est dans ce contexte qu'il rencontre Grégoire Baudin qui est alors grossiste en fruits et légumes. Les échanges se multiplient, notamment lors de déplacements professionnels. Une relation de confiance s'installe.

Et une idée émerge : lancer en France un concept de bar à salades inspiré de Picadeli.

Picadeli, une aventure née d'une rencontre

Le projet naît d'abord d'une discussion, d'une intuition partagée. Pas d'un plan figé.

Avec Grégoire, puis Florentin Ducôté, l'équipe se construit progressivement. Les profils sont complémentaires, l'envie est là.

David structure le projet avec méthode. Une société existe déjà, avec des ressources et une base opérationnelle. Un atout clé pour convaincre la maison mère suédoise.

En 2017, Picadeli France est lancé.

Une croissance rapide... puis le choc du réel

Les débuts sont fulgurants. En deux ans et demi, l'activité dépasse les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires. Dès la première année pleine, l'entreprise est rentable.

Mais cette phase intense a un coût. David cumule les responsabilités, s'épuise et fait un burn-out fin 2017.

Un tournant.

Il fait alors un choix clair : arrêter son activité liée à l'entreprise familiale et se consacrer pleinement à Picadeli. Un engagement total, et un véritable pari personnel.

Apprendre à durer

La suite est moins linéaire. Le Covid vient brutalement casser la dynamique. Le marché change, les usages évoluent, certains paris comme l'ouverture d'un restaurant à La Défense, ne fonctionnent pas.

Mais c'est précisément dans ces phases que son profil prend tout son sens.

Formé dans des environnements exigeants, à l'aise avec la contrainte et le reporting, il s'inscrit dans la durée. Là où d'autres cherchent l'autonomie absolue, lui avance dans un cadre structuré.

Un "super généraliste" au cœur du modèle

Aujourd'hui, David Bicheron se définit comme un "super généraliste".

Marketing, commerce, logistique, finance, produit : il navigue entre les sujets avec une capacité rare à relier les enjeux. Une compétence directement héritée de son parcours hybride.

Chez Picadeli, il évolue dans un modèle à la croisée de l'alimentaire, du retail et de la technologie. Un terrain qu'il continue d'explorer au quotidien.

Une trajectoire construite dans la durée

Le parcours de David Bicheron ne se résume pas à une success story rapide, mais à une progression maîtrisée, faite de choix réfléchis, d'adaptations constantes et d'engagement sur le long terme.

Chez lui, l'entrepreneuriat s'inscrit dans une logique de construction.

Une approche qui lui permet aujourd'hui de porter le développement de Picadeli avec solidité, recul et ambition.