

# SALAD & CO

## Salad&Co double ses ventes Épicerie en deux ans et conquiert 50 nouveaux points de vente en 2025

Développée dès l'ouverture de l'enseigne en 2009, puis commercialisée depuis 2023 au-delà de ses restaurants, **la gamme Épicerie Salad&Co** connaît en 2025 une nette accélération de son déploiement, portée par la grande distribution. Cette dynamique se traduit par l'intégration de **50 nouveaux points de vente en France** au cours de l'année, portant à près de **200 le nombre total de lieux de distribution**, tous circuits confondus.

En deux ans, les ventes de la marque d'épicerie en restaurant ont progressé de 119 %, tandis que le chiffre d'affaires réalisé en grande distribution et réseaux spécialisés affiche une croissance de 87 %. Une évolution qui s'appuie sur des recettes devenues emblématiques pour les clients de l'enseigne.

### Une présence renforcée dans les enseignes de la grande distribution

L'année 2025 marque une nette accélération du déploiement de la gamme Épicerie Salad&Co, portée par la grande distribution. Les recettes emblématiques de la marque (vinaigrettes, marinades et sauces sucrées) proposées en rayon sont les mêmes que celles proposées dans les restaurants. Une manière de prolonger l'expérience Salad&Co à domicile.

Parmi ces références, certaines se distinguent comme de véritables "recettes coup de cœur" des clients : présentes toute l'année dans la gamme, elles figurent parmi les meilleures ventes, aussi bien en point de vente qu'en restaurant. C'est notamment le cas de la vinaigrette Miel, de la marinade Grecque et de la sauce sucrée Pistache, aujourd'hui identifiées comme des incontournables de **l'offre Épicerie Salad&Co.**



Cette année, Salad&Co intègre **50 nouveaux points de vente et atteint près de 200 lieux de distribution**, tous circuits confondus. Cette présence est assurée au sein d'enseignes nationales, régionales et réseaux spécialisés, notamment :

- O'tera
- Match
- Carrefour Hypermarché et Carrefour Market
- E.Leclerc
- Intermarché
- Hyper U
- Auchan
- Monoprix

Ce développement s'appuie sur une approche progressive, rendue possible par la forte notoriété de la marque dans les Hauts-de-France et par une stratégie commerciale pensée en étroite collaboration avec les magasins.



## Un positionnement en magasin différenciant

Au-delà du simple référencement, Salad&Co a fait le choix d'un positionnement différenciant en point de vente. Les produits de la gamme Épicerie sont majoritairement implantés hors du rayon épicerie traditionnel, **en cross-merchandising** : à proximité des fruits et légumes, de la boucherie ou d'autres univers culinaires. Cette approche vise à faciliter le geste d'achat et à inscrire les produits dans des usages concrets, tout en limitant la concurrence directe avec les grandes marques nationales. Dans plusieurs points de vente, ce positionnement a permis **de doubler les ventes** par rapport à une implantation plus classique en rayon épicerie.



## Une croissance soutenue des performances

Les résultats commerciaux confirment la pertinence de cette stratégie. Le chiffre d'affaires de l'épicerie en GMS et réseaux spécialisés est passé de **80 000 euros lors du lancement en 2023 à 150 000 euros en 2025**, soit une progression de 87 %. En parallèle, les ventes d'épicerie en restaurant connaissent également une forte dynamique, avec un chiffre d'affaires passant de **137 000 euros en 2023 à 300 000 euros en 2025**, soit une hausse de 119 %. La boutique en ligne poursuit également sa progression avec un chiffre d'affaires en augmentation de 10 %.

## Une ambition gustative et territoriale assumée : faire vivre le savoir-faire Salad&Co au-delà des restaurants

Produites à Raillencourt, à moins d'une heure du siège de l'enseigne, **les vinaigrettes et marinades** de la gamme Épicerie Salad&Co revendent un ancrage local fort et un positionnement premium accessible. Cette production locale s'inscrit pleinement dans la stratégie globale de la marque, avec l'ambition de faire rayonner durablement le savoir-faire Salad&Co au-delà de son réseau de restaurants.

À court terme, Salad&Co poursuit le développement de la gamme Épicerie **en grande distribution**, identifiée comme le fil rouge de sa stratégie, tout en renforçant deux axes complémentaires : **le drive**, pour répondre à l'évolution des usages mais aussi le déploiement auprès du réseau **CHR (cafés, hôtels, restaurants)**, souhaitant proposer les sauces Salad&Co dans leurs établissements.

*"Notre objectif est de faire de l'Épicerie Salad&Co une évidence en magasin, en proposant des produits qui s'intègrent naturellement dans le quotidien des consommateurs, tout en restant fidèles à notre ADN et à notre exigence de qualité. "*

Loïc Tanghe  
Business Developer Épicerie chez Salad&Co



À propos de Salad&Co : créée en 2009, Salad&Co est l'enseigne pionnière des bars à salades en France. Avec un concept unique proposant une offre gourmande qui permet de composer sa salade soi-même parmi 50 ingrédients de saison et issus majoritairement de filières locales et françaises, l'enseigne connaît rapidement un succès grandissant.

Après avoir développé trois formats de restaurants qui se déclinent dans différents espaces urbains pour offrir la possibilité de bien manger à toute heure de la journée, Salad&Co accueille ses premiers franchisés en 2024.