

# L'optimisme est de rigueur pour la VAE

Voici un aperçu des premiers éléments relevant de la seconde vague d'enquête réalisée sur le panel des restaurateurs VAE construit par CHD Expert et Snack & Foods. Le nombre de panélistes dépasse désormais le cap des 700 restaurateurs.

## Le contexte économique du premier trimestre

**+0%** : la consommation des ménages, qui a été ces dernières années le principal moteur de la croissance française, devrait selon l'Insee fléchir nettement au premier trimestre avec une stagnation et - 0,2 % au second. Sa résistance devait, il est vrai, beaucoup à la prime à la casse, dont le montant a été réduit en début d'année.

**+0,5%** : en mars 2010, l'indice des prix à la consommation (IPC) s'accroît de 0,5 % (+1,6 % sur un an), après une augmentation de 0,6 % au mois de février.

## Des indices VAE bien précis

### > Un optimisme qui ne fléchit pas

**6,7** : c'est le niveau de confiance des professionnels de la VAE quant au second trimestre 2010. Cet indice reste stable par rapport à la première enquête, ce qui marque un certain optimisme. Ce n'est cependant pas le cas en restauration assise où l'indice n'est que de 5,6 soit une chute de 0,4 point par rapport au trimestre précédent.

### > Un début d'année positif

**+37** : c'est l'indice de variation de recettes qui se calcule par la différence entre les points de vente ayant identifié une hausse et ceux identifiant une baisse de leurs recettes. Par rapport à l'année précédente, la première vague présentait un indice de 27, ce qui démontre une bonne amélioration de la situation. 56% des établissements situés en Ile-de-France et dans le Sud-Ouest ont connu un accroissement de leur activité.

**En revanche, c'est dans le Sud-Est de la France que la situation semble être la moins bonne : 20% des établissements localisés dans cette région ont enregistré une diminution de leur recette ce premier trimestre 2010 vs l'année 2009.**

**Mars** est le mois le plus porteur : Pour plus de la moitié des établissements de vente à emporter, le mois le plus important en termes de CA, de fréquentation, de marge... est le mois de mars. Cela est d'autant plus vrai pour les établissements indépendants, puisque plus de la moitié d'entre eux sont dans ce cas, contre un peu plus d'un tiers des établissements appartenant à une chaîne.

## Les commandes toujours affectées par la crise

Une reprise notable est constatée par rapport au dernier trimestre 2009. En effet, 42% des établissements ont enregistré une hausse

de la fréquentation des clients. Celle-ci a progressé de 8 points par rapport à l'année 2009 et est surtout dû à une augmentation du nombre de denrées consommées. 15% des établissements notent une progression du panier moyen de commande, contre 21% qui notent quant à eux une baisse du panier moyen.

	2009	2010
la commande de sandwiches	42%	72%
la commande de salades	27%	48%
la commande d'eaux embouteillées	27%	31%
la commande de desserts	50%	28%
la commande de boissons chaudes	25%	24%
la commande de soft Drinks	29%	24%
la commande de bières et vins	31%	17%

Le segment le plus touché par ce changement de comportement est la commande de sandwiches : 72% (+30 pts par rapport à 2009). Les clients ont également modifié leur comportement d'achat concernant la consommation de salades (+ 21 pts vs 2009). Cela confirme que les consommateurs tiennent de plus en plus compte des offres diététiques ou nutritionnelles (28%) et souhaitent manger vite, mais de manière saine et équilibrée. Alors que la moitié des établissements avait observé une modification dans le comportement d'achat des consommateurs pour les desserts, seulement 28% des établissements le constatent sur le premier trimestre 2010.

	moenne
manger mieux, plus équilibré, plus varié	2,1
manger à prix réduit	1,8
manger bio	3,4
manger toujours plus vite	2,7
<b>Total</b>	<b>2,5</b>

Les consommateurs misent sur le manger mieux et manger sain qui passe devant le critère prix par rapport au trimestre précédent. Ces résultats établis sur un critère de notation, de 1 à 5 en fonction de l'ordre de priorité, laissent clairement entrevoir le phénomène nutrition et santé qui devient la priorité, même en VAE.

**5,3** : c'est le niveau de pression concurrentielle perçue sur une échelle de 1 à 10. Pour y répondre plus que la baisse des prix, ce sont l'évolution de propositions et la communication sur la naturalité et les produits sains qui priment.

Rejoignez la communauté des restaurateurs de VAE qui constituent le panel sur l'adresse [www.snackfoods/panelonline](http://www.snackfoods/panelonline)