

EEUU – Vinos tintos estadounidenses e importados – Estudio de mercado y evaluación sensorial

Edición noviembre 2017
110 páginas

El presente estudio expone un análisis del consumo de vino en Estados Unidos con proyección al 2021. Se establecen relaciones entre las tendencias del mercado y las características organolépticas de vinos tintos norteamericanos e importados. Los gráficos mostrados constituyen herramientas de análisis y de identificación de acciones técnicas que sirvan para definir o reforzar la oferta de vinos en los diferentes grupos encontrados

PUNTOS CLAVE DEL ESTUDIO

- **Datos generales del mercado (vinos tranquilos y efervescentes)**
- **Tendencias del mercado y proyecciones al 2021**
- **Elementos de éxito y categorías de consumidores**
- **“Sourcing” de vinos en Estados Unidos**
- **Evaluación sensorial de 60 marcas norteamericanas y 50 importadas**
- **Segmentación en 7 grupos según características sensoriales/organolépticas comunes**
- **Descripción de los diferentes grupos**
- **Tendencias de los diferentes grupos**
- **Acciones técnicas en el viñedo y en el proceso de vinificación para cada grupo**

Estados Unidos se ha convertido el primer consumidor y cuarto productor de vino en el mundo, confirmando las perspectivas de ser un mercado con crecimiento prometedor.

El vino ha dejado de reservarse solo para ocasiones importantes y ha pasado a ser parte de los hábitos. Los consumidores están cada vez más educados sobre vinos y toman gusto por él. Sin embargo, a pesar de su lugar de primer consumidor mundial, el consumo por habitante es todavía bajo en Estados Unidos, con 10 L por habitante por año contra 45 L por habitante por año en Francia. Las buenas perspectivas de crecimiento se confirman en el mercado norteamericano en pleno desarrollo, que se posiciona como muy atractivo. A partir de esto, los interrogantes están sobre los segmentos más prometedores y las claves de éxito para este mercado en desarrollo.

En un mercado estadounidense en constante cambio, el presente estudio permitirá acceder a los datos de mercado sobre el consumo de vino en Estados Unidos, a sus especificidades y a la competencia presente en el mercado.

Este estudio inédito permite comprender la relación que existe entre las tendencias del mercado y las características sensoriales, y describe los vinos más comprados por el consumidor norteamericano. Al conocer mejor los segmentos con más salida y el perfil de los vinos preferidos, este estudio constituye un apoyo estratégico para posicionar bien su marca/ su vino en Estados Unidos.

PLAN DEL ESTUDIO

Presentación de la metodología Vivelys

1- Principales características del mercado

a. Datos generales y proyecciones al 2021

Desde la crisis económica de 2008, mientras que en gran parte de los países con mayor consumo de vino en el mundo se estancó e incluso disminuyó el consumo entre 2010 y 2015, Estados Unidos fue el único país en el grupo de grandes consumidores cuyo consumo tuvo un crecimiento constante, posicionándose desde 2010 como el primer país consumidor en el mundo.

Si bien los vinos tranquilos están mucho más representados que los vinos efervescentes, son estos los que están en el centro de la tendencia. Al mismo tiempo, pareciera que el mercado estadounidense tiene una fuerte tendencia a evolucionar hacia el consumo de vinos de mejor calidad.

b. La industria vitivinícola norteamericana

Si EEUU es el 4to productor de vino en el mundo, California representa 88% de la producción de vino en Estados Unidos.

Con un consumo local en aumento, hay poca necesidad de abrirse al mercado de exportación, por lo que la mayor parte de la producción se vende en el mercado interno.

La producción norteamericana está dominada por algunas marcas, con algunos grupos que comparten la mayoría de las ventas. Estas marcas saben adaptar su perfil organoléptico, su packaging y sus acciones promocionales a nuevas categorías de consumidores.

c. Importaciones

Estados Unidos es el primer importador mundial en valor, con un crecimiento medio anual impresionante de dos cifras. Por esto es que la importación está en aumento constante en Estados Unidos, con un crecimiento medio anual más elevado para los vinos efervescentes de aquí al 2021.

2- Evaluación sensorial

La parte sensorial del estudio define los perfiles organolépticos del mercado de vinos norteamericanos y presenta una segmentación según características sensoriales. Este enfoque, inédito, permite entender mejor las especificidades sensoriales de los diferentes vinos y abre oportunidades para diferenciar y agregar valor a los productos frente a una competencia creciente.

Esta segunda parte busca, por un lado, comparar el perfil sensorial del vino norteamericano “promedio” con el del vino importado “promedio” para poder confrontar esos tipos de vinos y resaltar sus diferencias.

Por otro lado, se identifican y se agrupan distintos tipos sensoriales de los vinos del mercado para luego establecer su perfil.

El estudio se enfoca en los vinos más comprados por el consumidor estadounidense y establece una relación entre tendencias de venta y características sensoriales.

Es un panel de expertos formados el que realiza las descripciones sensoriales de estos grupos. Estas permiten identificar cursos de acción en el viñedo y en la vinificación.

LISTA DE EMPRESAS & FUENTES

PRINCIPALES MARCAS MENCIONADAS EN EL ESTUDIO

EEUU:

- Sutter Home
- Carlo Rossi
- Peter Vella
- Beringer
- Apohic
- Vendange
- Livingston
- Black Box
- Kendall Jackson
- Liberty Creek
- Inglenook
- E & J Gallo Twin Valley
- Ste Michelle
- Barefoot
- Arbor Mist
- Ménage à Trois
- Almaden
- Vendange
- Cup Cake
- Charles Shaw
- Bota Box
- Bogle
- Corbett Canyon
- Robert Mondavi
- Woodbridge
- Blossom Hill
- Rex Goliath
- Franzia
- La Crema
- Fetzer
- Blossom Hill
- Jack Rabbit
- Revolution
- Clos du Bois
- La Crema
- 14 Hands
- Meiomi
- ...

FUERA DE EEUU:

Argentina:

- Terrazas
- Álamos Ridge
- Norton
- Don Valentín
- Catena Zapata
- Don Miguel Gascón
- Trapiche
- ...

Australia:

- Penfolds
- Lindemans
- Fish Eye
- Jacobs Creek
- Yellow Tail
- 19 Crimes
- Little Penguin
- ...

Chile:

- Gato Negro
- Montes
- Casillero del Diablo
- Valdivieso
- Santa Rita
- Undurraga
- Los Vascos
- ...

Nueva Zelanda:

- Oyster Bay
- Starborough
- Kim Crawford
- Matua
- Nobilo
- Brancott Estates

Francia:

- La Vieille Ferme
- Louis Jadot
- Gérard Bertrand
- Mouton Cadet
- Georges Duboeuf
- Veuve Cliquot
- Moët & Chandon
- Whispering Angel
- Dom Pérignon

España:

- Marqués de Cáceres
- Freixenet
- Muriel
- Cristalino
- Campo Viejo
- Marqués de Riscal
- Segura Viudas
- Cristalino

Italia:

- La Marca
- Santa Margherita
- Ruffino
- La Marca
- Verdi
- Riunite
- Cavit
- Mionetto
-

PRINCIPALES GRUPOS Y SOCIEDADES CITADAS EN EL ESTUDIO

FUERA DE EEUU:

- Cavit
- Banfi Tuscany
- Louis Jadot
- Marqués de Caceres
- Casella Wines
- Freixenet
- Concha y Toro
- Pernod Ricard
- Ruffino
- Catena Zapata
- Gérard Bertrand
- LVMH
- Delegat's
- Barcardi Martini
- Riunite & CIV
- Zonin
- ...

EEUU:

- The Wine Group
- Trincherro
- Bronco
- E&J Gallo
- Ste Michelle
- Accolade
- Jackson Family Wines
- Treasury
- Bogle
- CK Mondavi
- J. Lohr
- Don Sebastiani & Sons
- Heck
- The Wine Group
- Francis Ford Coppola
- W.J. Deutsch
- Rodney Strong
- Riboli
- Delicato
- ...

FUENTES CONSULTADAS

Datos:

- IWSR (base de datos, US' forecast 2021, Inaugural forecasting the future conference)
- OIV
- France AgriMer
- Agrex Consulting
- The Wine Institute
- Agriculture Counts (National Agricultural Statistics Service - NASS)
- TTB Datas
- Vitisphère
- IFV Sud-Ouest
- Sud de France
- Ministerio de Agricultura – España
- ISTAT – Italie
- Gallo Wine Trends Surveys
- The Wine Market Council' annual presentation

Visitas de mercado (relevamiento de precios, fotos de packagings, ofertas publicitarias...)

- Walmart
- Costco
- BevMo !
- Safeway
- Target
- Trader Joe's
- Total Wine & More
- CVS pharmacy

ÍNDICE DETALLADO

PUNTOS CLAVES DEL ESTUDIO

- I. Características generales : el mercado de vinos en Estados Unidos
- II. La industria vitivinícola estadounidense
- III. Importaciones hacia Estados Unidos
- IV. La evaluación sensorial

OBJETIVOS Y PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

- Objetivos del estudio

METODOLOGÍA

- Entorno
- Visitas de mercado
 - Vinos estadounidenses
 - Vinos internacionales
- Método sensorial
 - A. Análisis sensorial
 - Sectores involucrados en el análisis sensorial
 - Lo sensorial : principales usos en la empresa
 - Principales aplicaciones en el sector de vinos y bebidas espirituosas
 - B. Metodología sensorial aplicada

1^{ERA} PARTE : PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

- I. Datos generales y proyecciones al 2021
 - 1) EEUU – 1^{er} mercado mundial desde 2010

Consumo mundial : estancamiento

Cuando Estados Unidos supere a Francia

2) Tendencias por categoría (vinos tranquilos / efervescentes)

Vinos tranquilos

Vinos efervescentes

3) Tendencias por color

4) Tendencias por segmentos de precios

Vinos tranquilos y efervescentes

Vinos locales importados

Vinos tranquilos

Vinos efervescentes

II. La industria vitivinícola estadounidense

1) Viñedos y producción

EEUU

California

2) Principales figuras del sector

3) Exportación de vinos estadounidenses

Principales países exportadores en el mundo

Crecimiento de las exportaciones de EEUU entre 1994 y 2016

Principales regiones importadoras de vino norteamericano en el mundo

Principales países importadores de vino estadounidense

Exportaciones por categoría y forma

Principales figuras estadounidenses para la exportación

4) Principales marcas norteamericanas

5) Marcas adaptadas al consumidor objetivo

Investigación para conocer al consumidor

¡Los “Millenials” al poder!

Adaptación necesaria para atraer « Millenials »

Marcas estadounidenses que se adaptan a las diferentes categorías

III. Importaciones

1) Principales países importadores del mundo

2) Proporción de vinos importados en el consumo estadounidense

3) Principales países importadores en EEUU

4) Tendencias de importación por categorías : vinos tranquilos y efervescentes

5A) Tendencias de importación por categorías y países

Vinos tranquilos

Vinos efervescentes

5B) Tendencias de importación por segmentos de precios

Vinos tranquilos

Vinos efervescentes

6) Principales marcas importadas

Marcas importadas en volumen

Marcas importadas en valor

Marcas importadas por segmento de precios

Por país (Top 7 de países)

#1 Italia

#2 Francia

#3 Australia

#4 España

#5 Chile

#6 Argentina

#7 Nueva Zelanda

7) Marcas importadas con adaptación variable al consumidor según el país

8) Principales distribuidores

2^{da} PARTE : EVALUACIÓN SENSORIAL

I. Comparación general : vinos norteamericanos vs. vinos importados

II. Segmentación detallada : 7 grupos organolépticos

1) Grupo 1 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

2) Grupo 2 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

3) Grupo 3 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

4) Grupo 4 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

5) Grupo 5 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

6) Grupo 6 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

7) Grupo 7 :

Características sensoriales

Tendencias de ventas en el mercado

III. Resumen de los grupos

IV. Cursos de acciones técnicas en el viñedo y en el proceso de vinificación para cada grupo

ANNEXOS

Anexo 1 – Top 30 empresas norteamericanas en los mercados locales y a la exportación (en volumen)

Anexo 2A – Top 30 marcas norteamericanas en el mercado local (en volumen)

Anexo 2B – Top 30 marcas norteamericanas en el mercado local (en valor)

Anexo 2C – Top 15 marcas norteamericanas en los mercados de exportación (en valor)

Anexo 2D – Top 10 marcas norteamericanas por segmento de precios

Anexo 3A – Top 30 marcas importadas en EEUU (en volumen)

Anexo 3B – Top 30 marcas importadas en EEUU (en valor)

Anexo 3C – Top 10 marcas importadas en EEUU por segmento de precios

Anexo 3D – Top 30 marcas importadas en EEUU por país (vinos tranquilos, efervescentes)

Anexo 4A – Evaluación sensorial : listado de vinos norteamericanos evaluados

Anexo 4B – Evaluación sensorial : listado de vinos importados evaluados

Anexo 5A – Packaging vinos norteamericanos : códigos tradicionales

Anexo 5B – Packaging vinos norteamericanos : códigos contemporáneos, extravagantes

Anexo 5C – Packaging vinos norteamericanos : códigos contemporáneos, extravagantes (Segmentos de precios Premium y Super Premium)

Anexo 5D – Marcas norteamericanas : estrategia de marca transversal : ejemplo de Barefoot (E&J Gallo)

Anexo 5E – Marcas norteamericanas : promociones importantes, creativas

Anexo 6A – Packaging de los vinos importados : Italia

Anexo 6B – Packaging de los vinos importados : Francia

Anexo 6C – Packaging de los vinos importados : Australia

Anexo 6D – Packaging de los vinos importados : España

Anexo 6E – Packaging de los vinos importados : Otros (Chile, Argentina, Nueva Zelanda)

NOTA DE PEDIDO

Enviar a:
VIVELYS SAS
Domaine du Chapitre
170 Bd du Chapitre
34750 Villeneuve-lès-Maguelone
Francia

Tel: +33 (0)4 67 85 68 40
Email: contact@vivelys.com
www.vivelys.com

ESTUDIO SOLICITADO:

EEUU – vinos tintos estadounidenses e importados

Estudio de mercado y evaluación sensorial

INFORMACIÓN DEL CLIENTE

Nombre:

Apellido:

Cargo:

.....

Empresa:

.....

Dirección:

.....

.....

Código postal:

Ciudad:

e-mail:

Teléfono:

Nº IVA Intracomunitario:

Nº SIRET:

MODO DE RECEPCIÓN DEL ESTUDIO:

Versión papel

2750,00 € sin IVA

Versión digital
(archivo PDF) + versión papel

2750,00 € sin IVA

MODO DE PAGO:

- transferencia
- cheque

Sello, firma y fecha

Las facturas se presentan en el momento de entrega. El IVA corresponde a la tasa vigente al momento de emitir la factura. En caso de disputas, se someterá exclusivamente al Tribunal de Comercio de París. Precios válidos hasta 31/03/2019, precio sin IVA.

