

USA – Vins rouges américains et importés – Etude de marché & évaluation sensorielle

Edition novembre 2017
110 pages

La présente étude expose une analyse de la consommation du vin aux USA avec des projections jusqu'en 2021. Elle met en relation les tendances du marché et les caractéristiques organoleptiques des vins rouges locaux et importés. Les cartographies présentées constituent des outils d'analyse et d'identification de leviers techniques pour cibler ou renforcer l'offre de vins dans les différents groupes dégagés.

LES POINTS CLES DE L'ETUDE

- **Données générales du marché (vins tranquilles et effervescents)**
- **Tendances du marché et prévisions à 2021**
- **Éléments de succès et catégories de consommateurs**
- **« Sourcing » des vins aux Etats-Unis**
- **Evaluation sensorielle sur 60 marques américaines et 50 importées**
- **Segmentations en 7 groupes par qualités sensorielles/organoleptiques communes**
- **Descriptions de ces différents groupes**
- **Tendances de ces différents groupes**
- **Leviers techniques au vignoble et en vinification pour ces groupes**

Les Etats-Unis sont devenus les premiers consommateurs et quatrièmes producteurs de vin au monde, et s'affirment ainsi aujourd'hui comme un marché aux perspectives de croissance prometteuses.

Le vin n'y est plus réservé qu'aux grandes occasions et est entré dans les habitudes. Les consommateurs sont de mieux en mieux éduqués au vin et y prennent goût. Pourtant, en dépit de leur place de premier consommateur mondial, la consommation par habitant est encore faible aux Etats-Unis, avec 10L par habitant par an, contre 45L par habitant et par an pour les français. Les bonnes perspectives de croissance sont ainsi confirmées pour le marché américain en plein développement, qui se positionne désormais comme très attrayant. Dès lors, les interrogations portent sur les segments les plus prometteurs et les leviers de succès pour ce marché en plein développement.

Sur un marché américain en pleine mutation, cette étude va permettre d'accéder aux données marchés sur la consommation des vins aux Etats-Unis, sur ses spécificités et la concurrence en présence sur ce marché.

Cette étude inédite permet de comprendre le lien entre tendances du marché et caractéristiques sensorielles et décrit les vins les plus achetés par le consommateur américain. En connaissant mieux les segments les plus porteurs ainsi que le profil des vins attendus, cette étude constitue un appui stratégique pour bien positionner sa marque / son vin aux Etats-Unis.

PLAN DE L'ÉTUDE

Présentation de la méthodologie Vivelys

1- Caractéristiques principales du marché

a. Données générales et projections 2021

Depuis la crise économique de 2008, si la majorité des pays, les plus grands consommateurs de vin au monde, ont vu leur consommation stagner, voir diminuer entre 2010 et 2015, les Etats-Unis sont les seuls dans ce classement pour lesquels cette consommation a été en croissance constante depuis cette date, les positionnant depuis 2010 comme premier pays consommateur de vin au monde.

Si les vins tranquilles y sont largement plus représentés que les vins effervescents, ce sont ces derniers qui sont au cœur de la tendance. Dans un même temps, il apparaît que le marché américain tend fortement à évoluer vers une montée en gamme de sa consommation.

b. L'industrie viticole américaine

Si les USA sont les 4èmes plus gros producteurs de vin au monde, la Californie représente à elle seule 88% de la production de vin des Etats-Unis.

Avec une consommation locale qui augmente, il y a peu de nécessité d'aller vers les marchés de l'export, et la majeure partie de la production va ainsi être vendue sur le marché domestique.

La production américaine est dominée par des marques, avec quelques groupes qui se partagent la majorité des ventes. Ces marques savent adapter leur profil organoleptique, packaging et actions promotionnelles à de nouvelles catégories de consommateurs.

c. Importations

Les Etats-Unis sont le premier importateur mondial en valeur, avec une croissance annuelle moyenne impressionnante à deux chiffres. Ainsi, quel que soit le type de vin, l'importation est en augmentation constante aux Etats-Unis, avec toutefois une croissance annuelle moyenne plus élevée pour les vins effervescents d'ici à 2021.

2- L'évaluation sensorielle

La partie sensorielle de l'étude cible les profils organoleptiques du marché des vins américain et présente une segmentation par l'approche sensorielle. Cette approche, inédite, éclaire sur les spécificités sensorielles des différents vins et ouvre à des opportunités de différenciation et de valorisation face à une concurrence accrue.

Cette seconde partie a pour visée, dans un premier temps, de comparer le profil sensoriel du vin américain « moyen » à celui du vin importé « moyen », afin de pouvoir confronter ces deux types de vins, et mettre en évidence leurs différences.

Dans un second temps les différents types sensoriels de vins du marché américain sont identifiés, décrits en plusieurs groupes, et leur profil établi.

L'étude apporte un focus sur les vins les plus achetés par le consommateur américain et établit un lien entre tendances de vente et caractéristiques sensorielles.

Les descriptions sensorielles de ces ensembles sont réalisées par un jury expert entraîné. Elles permettent d'identifier des leviers d'action au vignoble et en vinification.

LISTE DES ENTREPRISES & SOURCES

PRINCIPALES MARQUES CITÉES DANS L'ÉTUDE

USA :

- 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

HORS USA :

Argentine :

- Terrazas
- Alamos Ridge
- Norton
- Don Valentin
- Catena Zapata
- Don Miguel Gascon
- Trapiche
- ...

Australie :

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

Chili :

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

Nouvelle- Zélande :

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

France :

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

Espagne :

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

Italie :

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

PRINCIPAUX GROUPES ET SOCIÉTÉS CITÉS DANS L'ÉTUDE

HORS USA :

- 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
- ...

USA :

- 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
- ...

SOURCES UTILISEES

Données :

- IWSR (base de données, 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 – Espagne
- ISTAT – Italie
- Gallo Wine Trends Surveys
- The Wine Market Council' annual presentation
- Nielsen's Beverage Alcohol Practice Area)
- The Wine Market Council : Female Wine Drinker Survey 2015

Visites de marché (relevés de prix, photos packagings, offres promotionnelles...)

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

SOMMAIRE DETAILLÉ

POINTS CLES DE L'ÉTUDE

- I. Caractéristiques générales : le marché des vins aux Etats-Unis
- II. L'industrie viticole américaine
- III. Importations vers les Etats-Unis
- IV. L'évaluation sensorielle

OBJECTIF ET PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Objectifs de l'étude

MÉTHODOLOGIE

Périmètre

Visites de marché

Vins Américains

Vins du monde

Méthode sensorielle

A. __L'Evaluation sensorielle

Les secteurs concernés par l'évaluation sensorielle

Le sensoriel : principales utilisations en entreprise

Principales utilisations dans le secteur des vins & spiritueux

B. __Méthodologie sensorielle employée

1^{ERE} PARTIE : CARACTERISTIQUES PRINCIPALES DU MARCHÉ

I. Données générales & projections 2021

1) USA– 1^{er} marché mondial depuis 2010

Consommation mondiale : une stagnation

Quand les Etats-Unis dépassent la France

2) Tendances par catégorie (vins tranquilles / effervescents)

Vins tranquilles

Vins effervescents

3) Tendances par couleur

4) Tendance par segment de prix

Vins tranquilles & effervescents

Vins locaux & importés

Vins tranquilles

Vins effervescents

II. L'industrie viticole américaine

1) Vignobles & production

USA

La Californie

2) Principaux acteurs du secteur

3) L'export des vins US

Principaux pays exportateurs dans le monde

Croissance des exportations américaines entre 1994 et 2016

Principales régions du monde importatrices de vin américain

Principaux pays importateurs de vin américain

Exportations par catégorie et contenant

Principaux acteurs américains à l'export

4) Principales marques américaines

5) Des marques adaptées au consommateur ciblé

Une recherche de connaissance du consommateur

Les « Millenials » prennent le pouvoir !

Une adaptation nécessaire pour recruter les « Millenials »

Des marques américaines qui s'adaptent aux différentes catégories

III. Importations

1) Principaux pays importateurs dans le monde

2) Part vins importés dans consommation de vins aux USA

3) Principaux pays importateurs aux USA

4) Tendances d'importations par catégories : vins tranquilles et effervescents

5A) Tendances d'importations par catégories & pays

Vins tranquilles

Vins effervescents

5B) Tendances d'importations par segment de prix

Vins tranquilles

Vins effervescents

6) Principales marques importées

Marques importées en volume

Marques importées en valeur

Marques importées par segment de prix

Par pays (Top 7 pays)

#1 Italie

#2 France

#3 Australie

#4 Espagne

#5 Chili

#6 Argentine

#7 Nouvelle Zélande

7) Des marques importées avec une adaptation au consommateur variable selon les pays.

8) Principaux distributeurs

2^{ÈME} PARTIE : L'ÉVALUATION SENSORIELLE

I. Comparaison globale : vins américains Vs. vins importés

II. Segmentation détaillée : 7 groupes organoleptiques

1) Groupe 1 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

2) Groupe 2 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

3) Groupe 3 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

4) Groupe 4 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

5) Groupe 5 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

6) Groupe 6 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

7) Groupe 7 :

Caractéristiques sensorielles

Tendances de ventes sur le marché

III. Synthèse des différents groupes

IV. Leviers d'actions techniques, au vignoble et en vinification, pour chacun des 7 groupes

ANNEXES

Annexe 1 – Entreprises US : Top 30 entreprises américaines sur les marchés domestique et à l'export (en volume)

Annexe 2A – Marques US : Top 30 marques américaines sur le marché domestique

Annexe 2B – Marques US : Top 30 marques américaines sur le marché domestique

Annexe 2C – Marques US : Top 15 marques américaines sur les marchés exports

Annexe 2D – Marques US : Top 10 marques américaines par segment de prix

Annexe 3A – Marques importées : Top 30 marques importées aux USA

Annexe 3B – Marques importées : Top 30 marques importées aux USA

Annexe 3C – marques importées : Classement des marques importées aux USA par segment de prix

Tops 10 des marques importées aux USA par segment de prix

Annexe 3D – marques importées : Classement des marques importées aux USA par pays

Annexe 4A – évaluation sensorielle : Liste des vins américains évalués

Annexe 4B – évaluation sensorielle : Liste des vins importés évalués

Annexe 5A – Packaging vins américains : Codes traditionnels

Annexe 5B – Packaging vins américains : Codes contemporains, extravagants

Annexe 5C – Packaging vins américains : Codes contemporains, extravagants (Segments de prix Premium & Super Premium)

Annexe 5D – Marques américaines : Stratégie marque transversale : Exemple de Barefoot (E&J Gallo)

Annexe 5E – Marques américaines : Promotions importantes, créatives

Annexe 6A – Packaging vins importés : Italie

Annexe 6B – Packaging vins importés : France

Annexe 6C – Packaging vins importés : Australie

Annexe 6D – Packaging vins importés : Espagne

Annexe 6E – Packaging vins importés : Autres (Chili, Argentine, Nouvelle Zélande)

BON DE COMMANDE

A retourner à :
VIVELYS SAS
Domaine du Chapitre
170 Bd du Chapitre
34750 Villeneuve-lès-Maguelone
France

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

ETUDE COMMANDEE :

USA – Vins rouges américains et importés

Etude de marché & évaluation sensorielle

INFORMATIONS CLIENT

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE :

Nom :

Version papier

Version électronique
(fichier pdf) + version papier

Prénom :

2750,00 € HT

2750,00 € HT

Fonction :

Société :

Adresse :

MODE DE REGLEMENT CHOISI :

par virement

par chèque

Code postal :

Ville :

Adresse mail :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Date, signature et cachet

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris. Tarifs valables jusqu'au 31/03/2019, prix Hors Taxes.

