

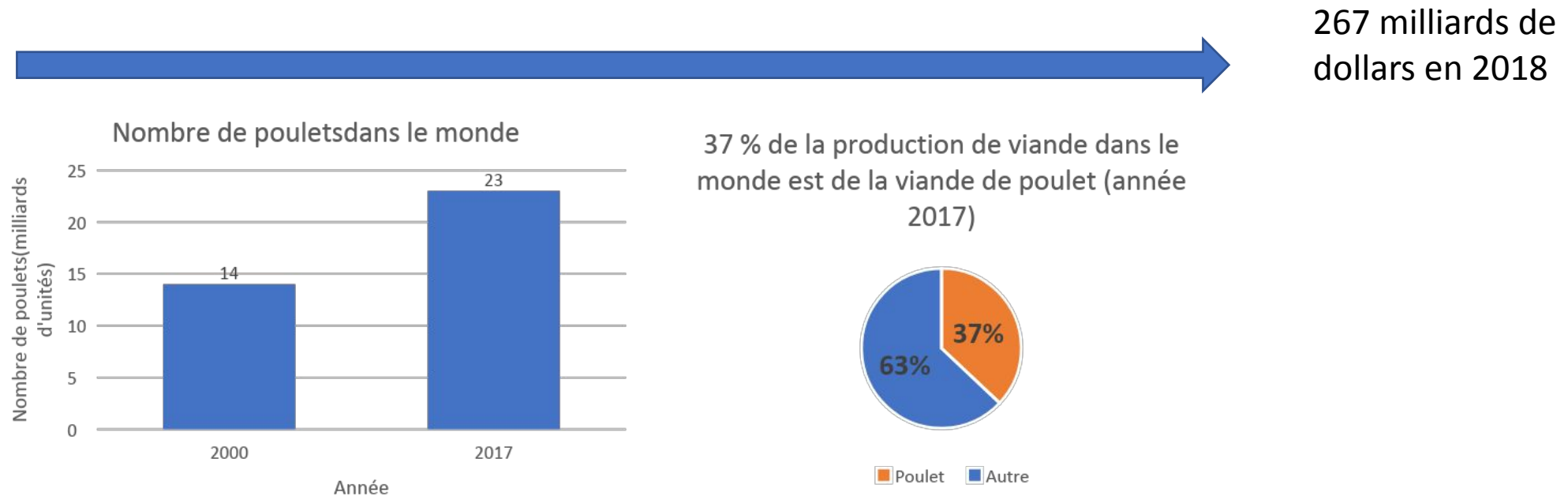


P5

## Étude de marché

- > Une entreprise d'agroalimentaire souhaite se développer à l'international.
- > Elle est spécialisée dans le commerce du poulet.

# Le marché du poulet : quelques chiffres



La viande de poulet est la première source de protéines animales dans le monde.

# Objectifs

- Utiliser un clustering hiérarchique pour constituer des groupes de pays.
- Sélectionner un groupe intéressant pour l'entreprise qui souhaite exporter du poulet.
- Choisir une dizaine de pays aux caractéristiques proches au sein de ce groupe.

Source des données :  
**site de la FAO**

Date des données :  
**année 2018**



## Macro-Economic Indicators

Capital Stock

Macro Indicators



## Population and Employment

Annual population



## Food Balances

Supply Utilization Accounts

Food Balances (2010-)

Food Balances (-2013, old methodology and  
population)

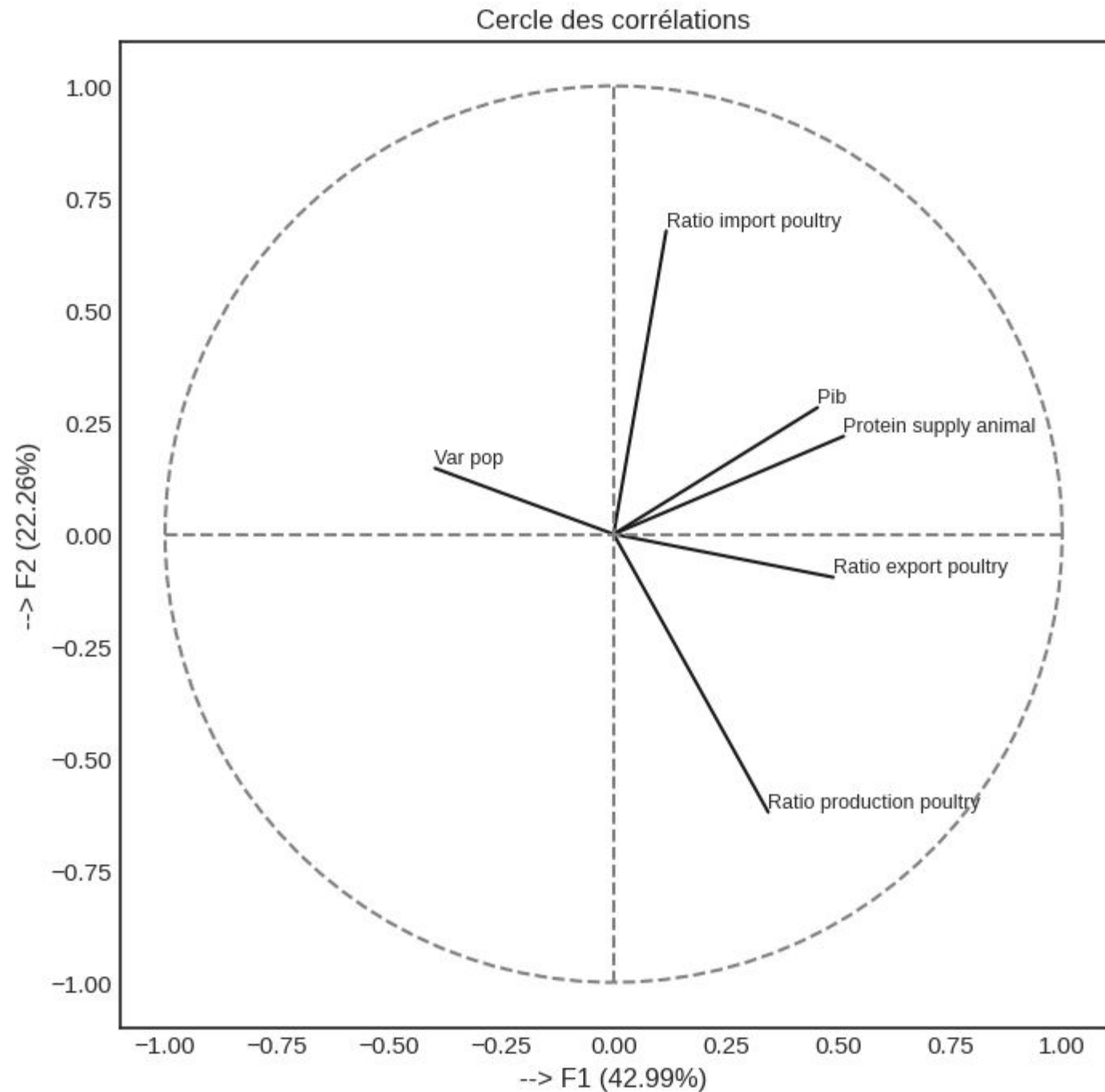
Commodity Balances (non-food)

# Différences entre groupes

**Pour déterminer les différences entre les groupes, je vais m'aider :**

- d'une analyse en composantes principales (ACP)
- d'une heatmap des individus médians de chaque groupe
- de boxplots représentant le PIB et les importations de poulet

# Analyse du cercle des corrélations

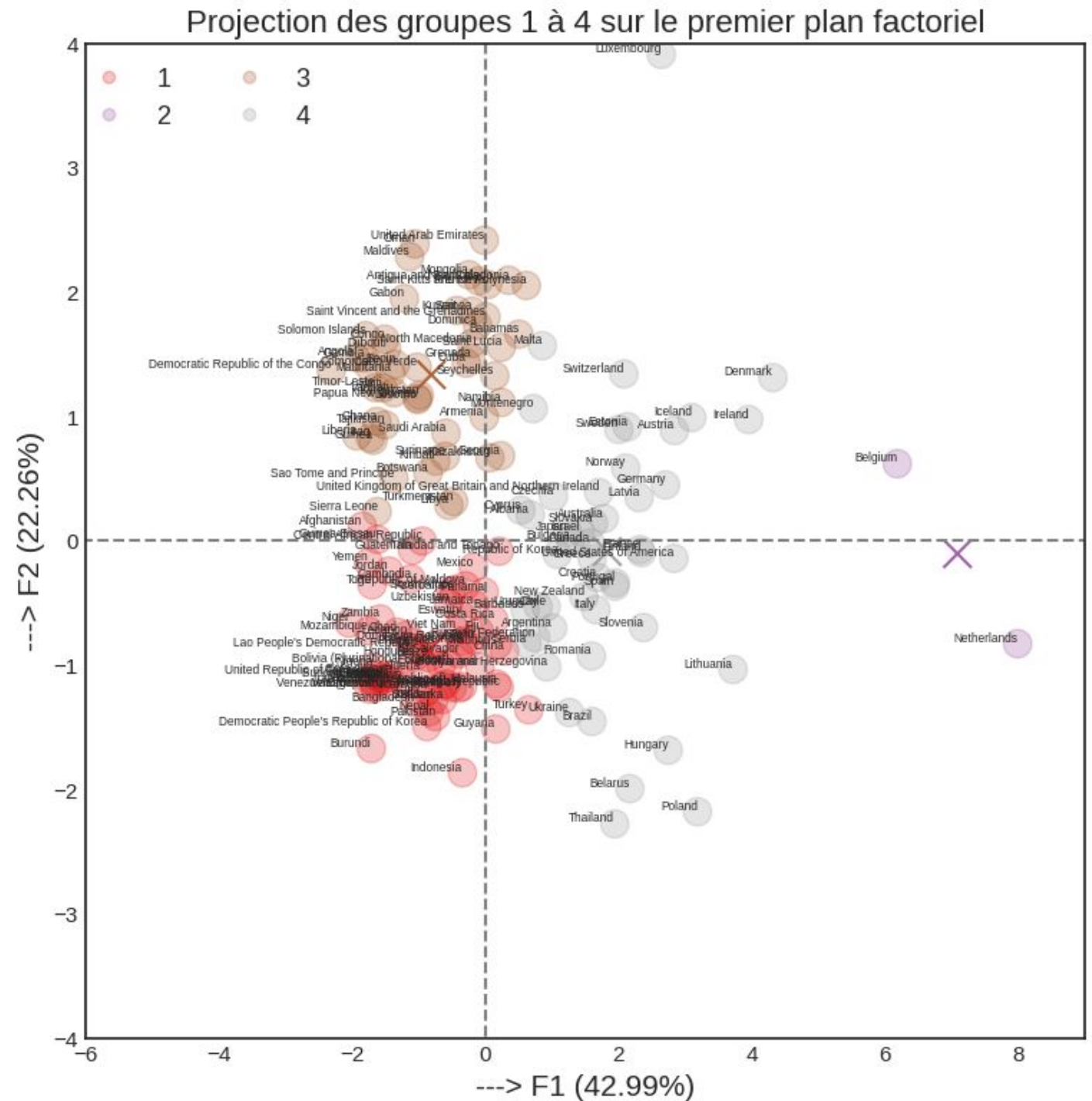


# Axes d'interprétation

- le premier plan factoriel synthétise 65 % de l'information donc occulte 35 % de l'information du nuage de points.
- F1 : niveau de développement.
- F2 : fournisseurs et clients.



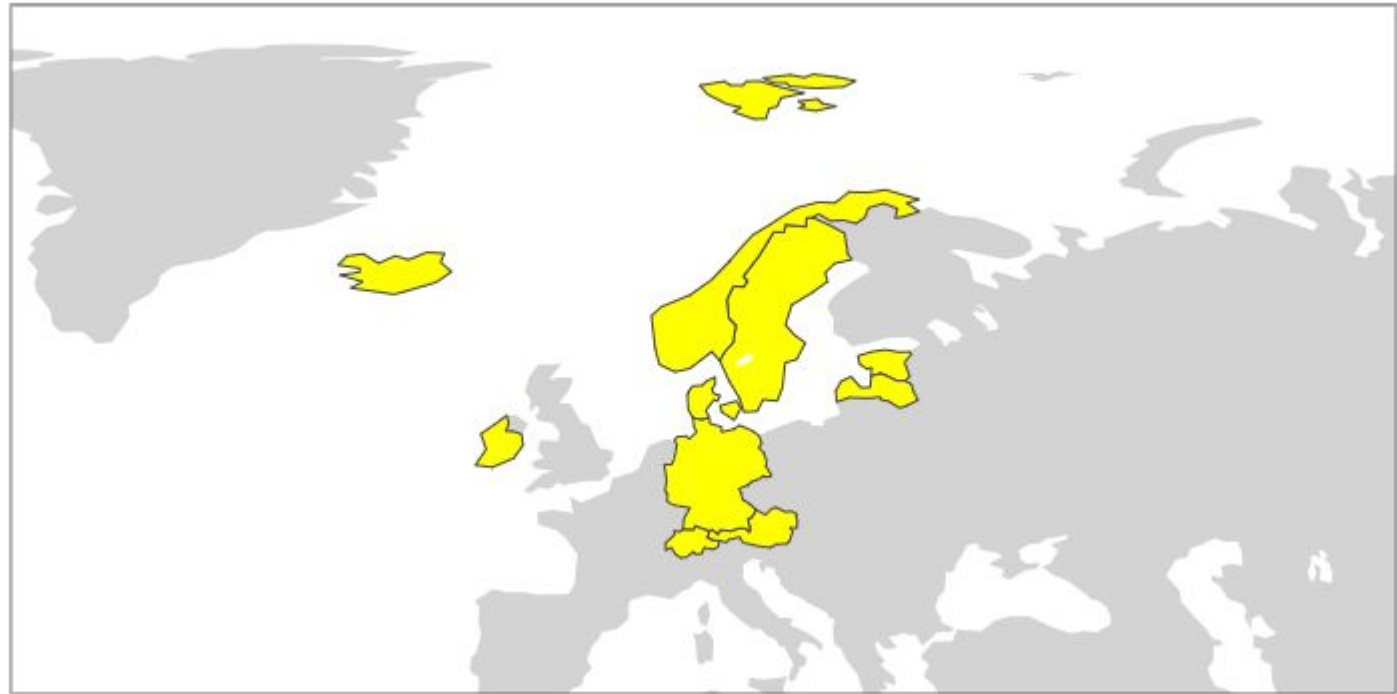
Projection  
des pays sur  
le premier  
plan factoriel  
(coloration  
par groupe)



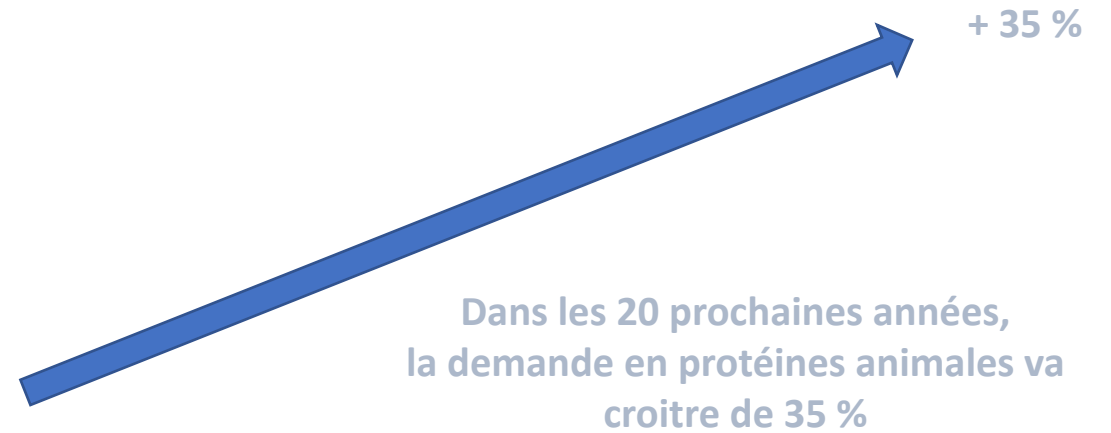
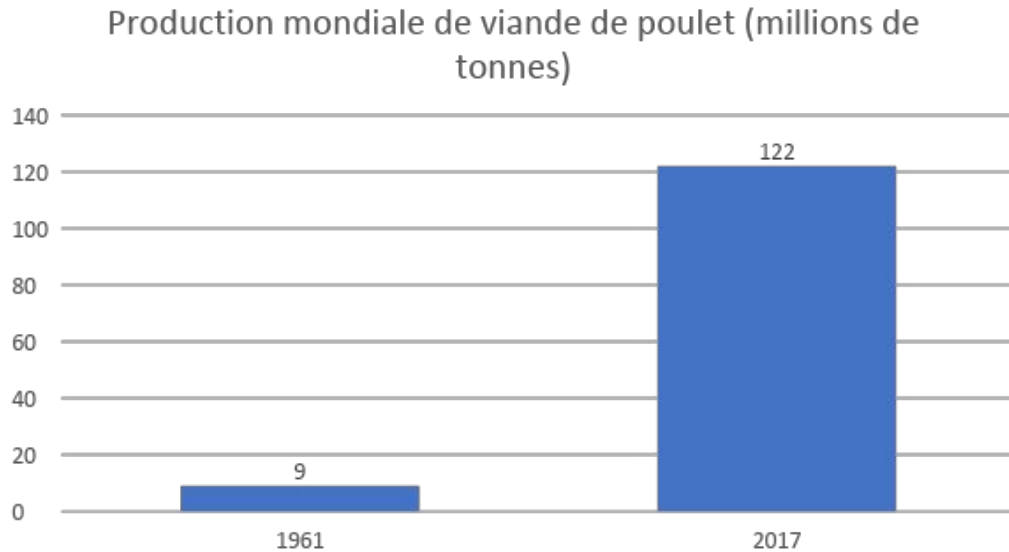


# Pays sélectionnés

- Switzerland
- Denmark
- Ireland
- Iceland
- Austria
- Estonia
- Sweden
- Norway
- Germany
- Latvia



# Perspectives de croissance des marchés



Cependant, les perspectives de croissance peuvent être contrariées par des évolutions sociétales concernant :

- la sécurité alimentaire,
- le bien être animal,
- l'environnement,
- la santé,
- le choix de produire localement.