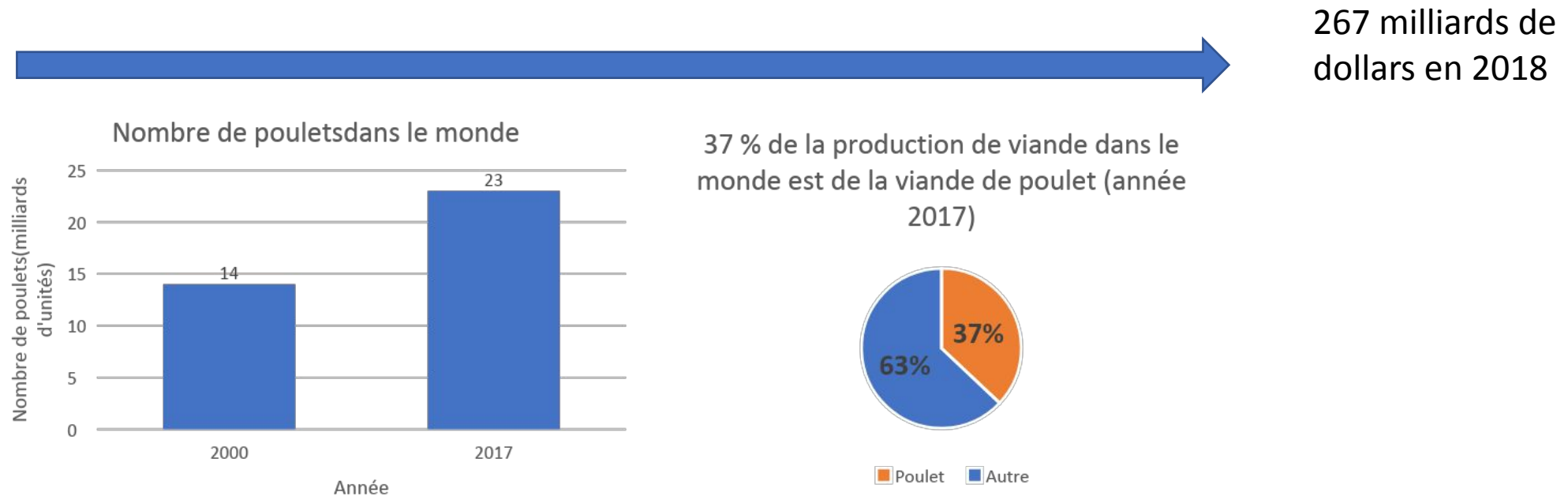


Étude de marché

- > 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)

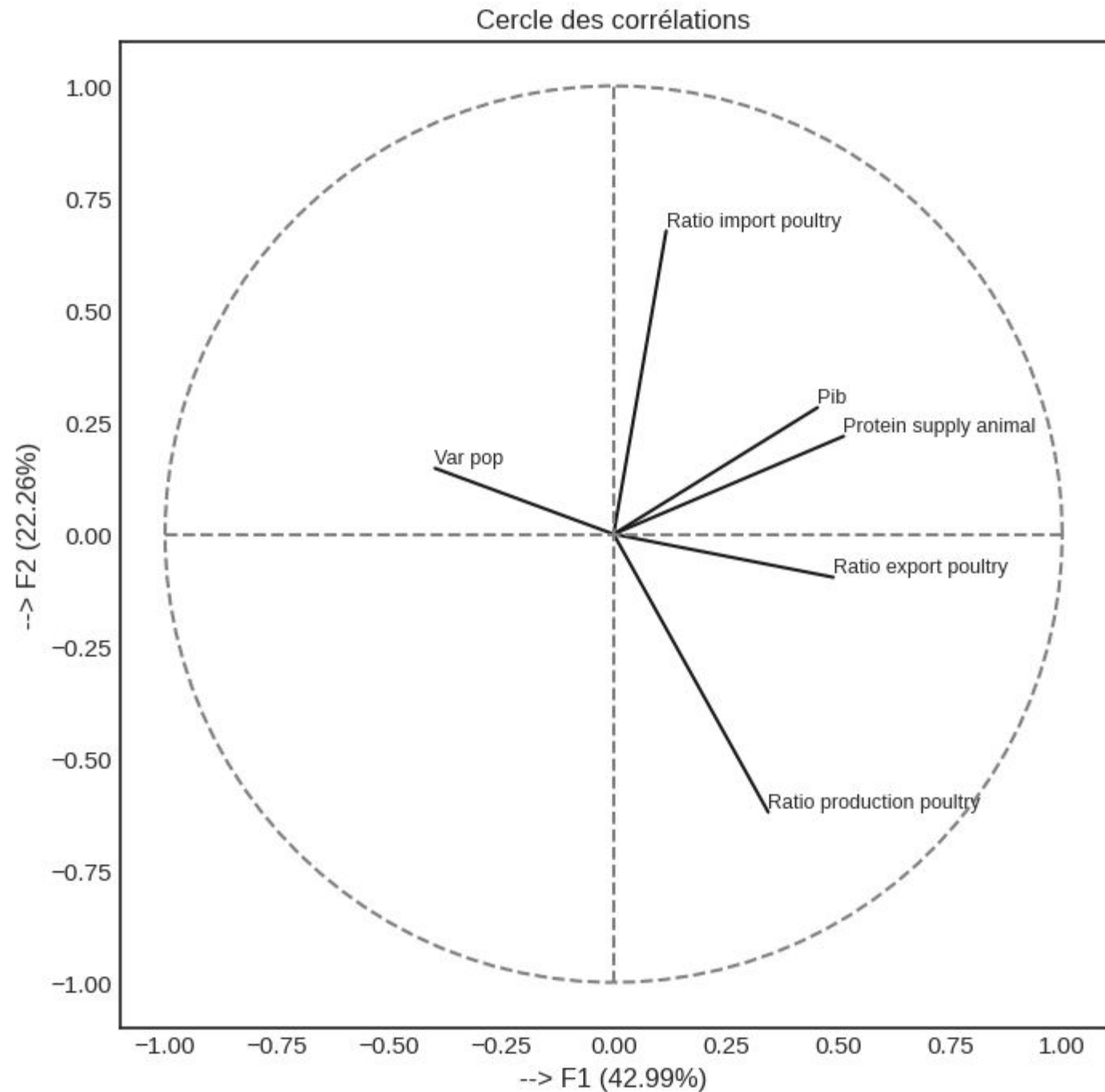
Commodity Balances (non-food)

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

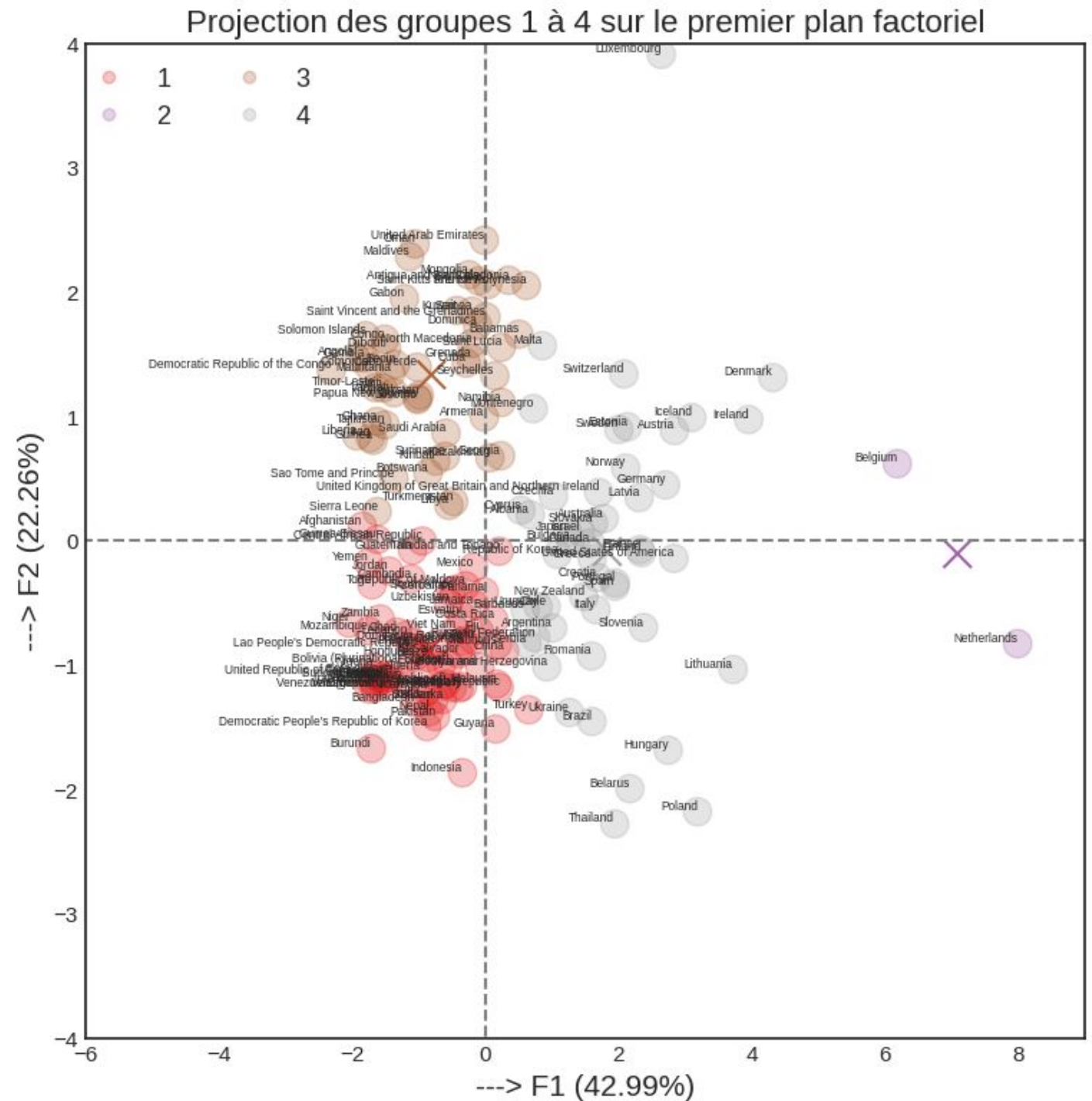
Analyse du cercle des corrélations



Axes d'interprétation

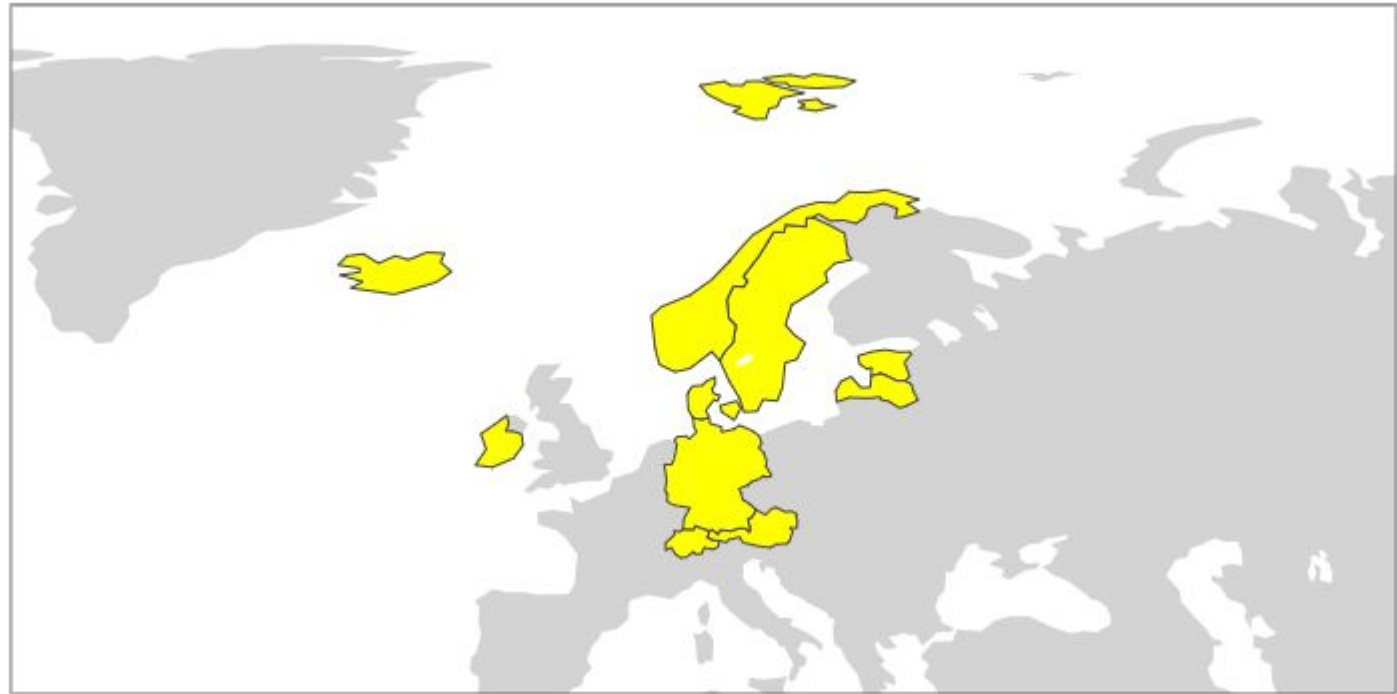
- le premier plan factoriel synthétise 65 % de l'information donc occulte 35 % de l'information du nuage de points.
- F1 : niveau de développement.
- F2 : fournisseurs et clients.

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

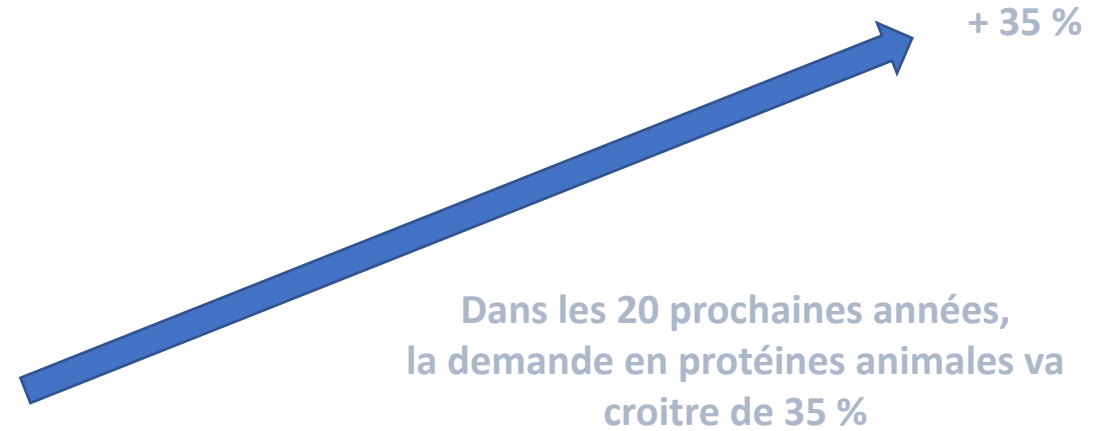
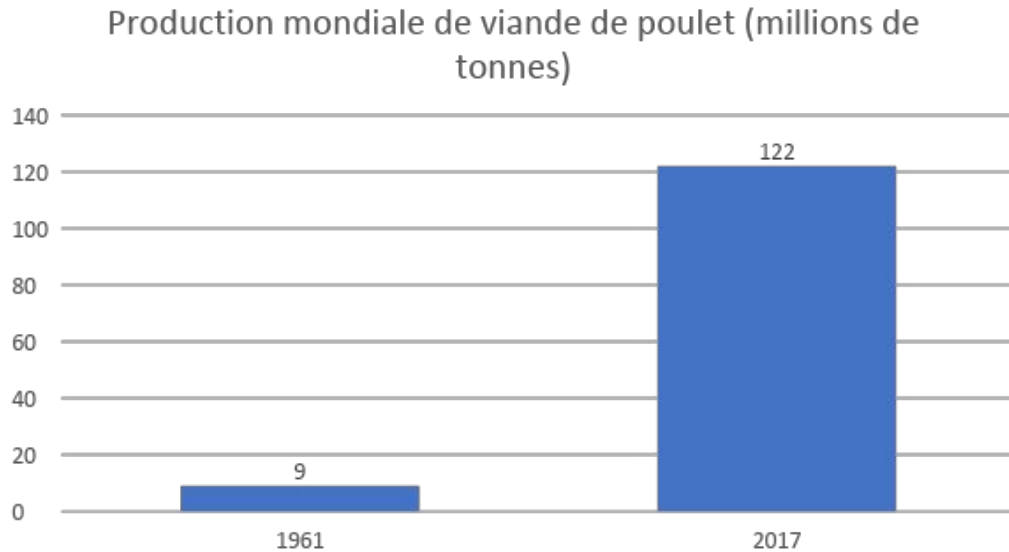


Pays sélectionnés

- 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.